

IDENTIDAD Y CULTURA



ROGELIO CRUZVILLEGAS VILLEGAS

AM
1210
7.9



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Los ensayos que Rogelio Cruzvillegas realiza, van hacia la crítica de la cultura contemporánea. O más claramente, de lo que el hombre contemporáneo hace de su cultura. No busca un análisis general de la condición del mexicano. Sugiere puntos concretos de acercamiento como medio para incurrir en el desmoronamiento del pasado: en los peligros del presente. Lo ha hecho a través de ensayos gráficos, utilizando sus herramientas visuales para crear puentes que comuniquen sus archivos personales; su memoria no escapa al miedo del exceso de comunicación (desinformación), y la ciudad aparece dudosa, sensible, oscura y tolerante, sin el disfraz que Rogelio quiere ir quitando para mostrarla sin maquillaje. Investiga en la ciudad para hacer incisiones, para retratar sus costumbres o para documentar algunas fisuras.

John Rajchman decía que la pregunta contemporánea es: ¿Qué somos en medio de todo esto? Y tal vez Rogelio mantiene siempre esa pregunta. En *Identidad y Cultura*, no se pretende otra cosa que abrir otras dudas. Mostrar la relación rural-urbano, como aquello que no se abandona (la tradición del pueblo) y aquello que no se alcanza (vivir la acrópolis); el sueño de las culturas indígenas que emigran a la ciudad y no pueden comerse de una sola vez el mundo que les tocó vivir. Colonias indígenas, fiestas regionales lejos de la región: la identidad del pueblo trasladándose en los camiones y el Metro.

La investigación en *Identidad y Cultura*, sólo puede funcionar como un diagrama, el cual se integra a partir de la crítica a los Medios Masivos de Comunicación, el consumismo, la identidad, el conflicto cultural, la tradición, las costumbres y sus nuevas formas sin alterar las particularidades. Es un trabajo alimentado por la experiencia cotidiana, por el conocimiento de los tarascos que se han agrupado en algunas colonias del D.F., y que pretenden cancelar su memoria individual que, sin embargo, siempre resurge en sus formas de vida y comunicación con sus paisanos. ¿Cuál es su nueva cultura, aquí?. En este libro se proponen algunas características de este nuevo "modo de ser", se va del pasado al presente en busca de un vehículo de relaciones. Análisis de la pérdida de identidad; proceso de investigación minucioso de las posibilidades de una propuesta educativa; hacia eso, se dirige este ensayo.

Luis Félipe Ortega

IDENTIDAD Y CULTURA

 **AZCAPOTZALCO**
COSEI BIBLIOTECA

148630

2893900

ROGELIO CRUZVILLEGAS VILLEGAS

**UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA
UNIDAD AZCAPOTZALCO**

UAM

F1210
C7.9

**CyAD
DEPARTAMENTO
DE EVALUACION
DEL DISEÑO
EN EL TIEMPO**

Dr. Gustavo A. Chapela Castañares
Rector General

Dr. Enrique Fernández Fassnacht
Secretario General

Dra. Sylvia Ortega Salazar
Rectora Unidad Azcapotzalco

Ing. Enrique Tenorio Guillén
Secretario de la Unidad

M.D.I. Emilio Martínez de Velasco
Director de la División de Ciencias y Artes para el Diseño

Arq. Jorge del Arenal Fenochio
Jefe del Departamento de Evaluación del Diseño en el Tiempo

D.G. Dolores Vidales Giovanetti
Jefe del Area de Evaluación y Metodología del
Diseño de la Comunicación Gráfica

D.G. Paloma Ibáñez Villalobos
Diseño Gráfico

D.G. Sara Viveros Ramírez
D.G. Lorena Rosales Mayorga
Armado de Originales

D.G. Carlos Oropeza
Fotografía

Raquel Huerta Martínez
Captura de texto

IDENTIDAD Y CULTURA
ROGELIO CRUZ VILLEGAS

©UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA
División de Ciencias y Artes para el Diseño
Azcapotzalco, México, D.F.

1a. edición, 1992
Impreso en México-Printed in Mexico
ISBN 970-620-028-2

INDICE TEMATICO

1. INTRODUCCION.....	13
2. RAZONES DEL TEMA.....	21
3. IDENTIDAD, COMUNICACION Y FAMILIA.....	27
3.1. Identidad.....	29
3.1.1. El Argumento de Nuestra Identidad.....	31
3.1.2. Cultura e Identidad Nacional.....	33
3.1.3. Identidad Nacional y Cultura Urbana.....	36
3.2. Comunicación.....	43
3.3. Individuo y Familia.....	47
4. LOS PROCESOS DE LA PERDIDA DE IDENTIDAD.....	51
4.1. Pérdida de la Identidad -El Mundo Interior.....	54
4.2. La Familia.....	66

4.3. Formas y Principales Manifestaciones de la Pérdida de Identidad y Desintegración Familiar.....	71
5. EL INDIGENA PUREPECHA Y SU MUNDO.....	75
5.1. Lugares y Personas.....	78
5.2. Implicaciones.....	83
5.3. Algunas Opiniones.....	84
5.4. Hacia el Cambio.....	88
6. EL FENOMENO DE INNOVACION.....	91
7. LOS PROBLEMAS CULTURALES.....	97
7.1. La Dependencia.....	100
7.2. El Segundo Conflicto Fundamental (de Culturas).....	103
7.3. El Aspecto Poblacional.....	105
7.3.1. Comportamiento del Grupo en la Gran Ciudad.....	109
7.3.2. Las Costumbres del Indígena.....	111

8. DEBILITAMIENTO Y MODIFICACION TRANSCULTURAL.....	113
8.1. La Innovación en T.V.....	117
8.2. Innovaciones: "Cultura de Masas", el Cine.....	119
9. LA CULTURA DEL PUEBLO.....	123
9.1. Educación y Cambio.....	130
9.2. Penetración y Aculturización.....	137
10. CONCLUSIONES.....	139
BIBLIOGRAFIA.....	143
BIBLIOGRAFIA CONSULTADA.....	147

PROLOGO



Identidad y Cultura, es un análisis de los diversos procesos de comunicación masiva que inciden con sobre-información y penetración aculturizante en las socio-entidades mayoritarias del país, sugiriendo múltiples formas de comportamientos muy distantes de nuestras culturas e idiosincrasias.

Este ensayo, es un análisis de la transformación y pérdida de identidad regional, así como de las consecuencias de manipulación multidireccional.

Se ofrece un conjunto de reflexiones en torno al rescate de nuestros valores tradicionales y las posibilidades socio-educativas a partir de una racionalización crítica de los **MASS MEDIA** de acuerdo a una propuesta de tecnología educacional humanizante.

Dra. Eufrosina Rodríguez

1. INTRODUCCION



***La perversión de la verdad,
el dirigismo ideológico, no
se limita sólo al ámbito de
lo irresponsablemente inocuo.***

Theodor W. Adorno

La información masiva ofrecida por la prensa, la radio, el cine y la televisión, es noticia; no sólo de lo útil y necesario sino que ofrece más información de lo inútil, superfluo, innecesario; y ... desborda los dinteles de toda ecología audiovisual.

Los niveles de satisfacción y artilugios de manipulación rebasan el apocalíptico caos; propio de nuestro tiempo ...

Esta terrible realidad, es un panorama dantesco de nuestra condición contemporánea, vivido en la gran ciudad, en sus colonias proletarias y en ciudades perdidas. Situación paralela viven los indígenas de los pueblecitos remontados en el olvido de toda la provincia de nuestro México; agravada por el menor poder de adquisición, tanto de los bienes culturales como de los bienes materiales; la amenazante desocupación y la menor defensa ante la insultante penetración cultural, manejo político masivo e invasión sistemática, auspiciada por los grupos en el poder político y económico, así como por las super potencias a través de los medios masivos de comunicación.

Esta precaria estructura tipifica nuestro tiempo y nuestra historia, que por su naturaleza impide un desarrollo integral de la familia y la sociedad en general.

Grupos y sociedad, interactuando en esta fenomenología condicionada y condicionante están generando a un individuo desclasado y por

consecuencia despersonalizado. Surge un complejo humano desorbitado como síntesis de esa opresión con las necesidades multiplicadas, que reducen al individuo a necesitar más y más y no le dejan espacio para conocerse mejor con lo cual llega a desidentificarse consigo mismo y con su medio.

Por la forma de relacionarse cotidianamente podemos comprobar la fragmentación de comunicarse consigo mismo y con los demás; esta situación imposibilita la integración cultural y deteriora a las sociedades más débiles en poder económico-cultural, para poder lograr una integridad e identidad nacional.

Palpamos la incapacidad de esta población relegada para ubicarse y ubicar su quehacer en la realidad que le ha tocado sufrir.

En este mundo marginal se niega la capacidad de percibir la realidad en que se vive, dada la parcialización y opresión de la información a que es relegado en forma sistemática el individuo.

Se pretende en el siguiente ensayo un acercamiento a la realidad concreta para analizar las situaciones más significativas y así poder precisar el estudio de casos y comportamientos muy definidos en algunas colonias marginadas de la delegación Coyoacán, en donde encontramos núcleos considerables y bien definidos de campesinos de origen Tarasco.

Las condiciones de vida, represión política, carencia de servicios, marginación en casi todos sus aspectos y derivaciones conductuales (en relación a innovaciones de su cultura de origen), así como las múltiples transformaciones de sus costumbres, su comportamiento y vivencia

cotidiana de ausencia, distanciamiento o pérdida de identidad de origen, permiten ciertos paralelismos entre estas colonias marginadas: Sto. Domingo, Ajusco, Ruíz Cortinez, Sta. Ursula, Hidalgo, Héroes de Padierna, (Contreras), Tlacoligia (Tlalpan), y algunos pueblos de la Meseta Tarasca, donde se vive la opresión, sobresaturación de información consumista para desideologizar y crear necesidades absurdas y ajenas, por completo, a las ideas y culturas propias de la región.

Podemos referirnos, en cierta medida a la sobreinformación de lo inútil o innecesario, a la desinformación de lo culturalmente necesario y socialmente modificado, así como a los mecanismos de la transformación de identidad cultural que se manifiestan en diferentes grupos étnicos del país.

La convivencia de más de 15 años con grupos de amas de casa, padres de familia, estudiantes de educación superior, adolescentes y niños cuyo lugar de origen es la meseta tarasca, permiten un diálogo ininterrumpido para la búsqueda de alternativas, que permitan conocer e instrumentar las acciones para rescatar la propia identidad cultural. Es un intento para conservar los valores y tradiciones, tomar conciencia de la problemática actual de despersonalización y así poder rechazar las culturas dominantes que pretenden imponerse a través de los medios masivos de comunicación.

No podemos omitir en nuestras reflexiones que el olvido histórico y la relegación sistemática han hecho que el indígena de la región Purepecha viva solamente la experiencia de la realidad en que se encuentra inmerso y esta posición de sólo experimentar la realidad en la cual se está, es una vivencia sumamente limitante, porque no tiene ninguna ingerencia en ella. Pudiéndose afirmar que el hombre tarasco mantiene esta posición

ante su realidad convirtiéndose en un ente ahistórico; ya que la realidad no la vive sino que la padece; esta misma situación y sus condiciones, son las mismas que experimenta en las colonias donde vive en el D. F.

Este ensayo es un intento para integrar al individuo de origen tarasco con su realidad vivencial y propiciar una conciencia social comprometida, de tal suerte que el individuo no sufra su realidad sino que la viva y la integre a sus posibilidades, haciendo factible el cambio modificando y transformando su historia.

Para extraer elementos que nos permitan elaborar programas y sistemas adecuados y factibles, es preciso revalorar las culturas regionales, su proyección y su identificación con su tiempo y lugar.

Teniendo presente los elementos que fundamentan la Cultura Tarasca, debo considerar primerísimamente la profunda espiritualidad y misticismo del habitante de la meseta tarasca, el arraigo ancestral del costumbrismo humanista ligado estrictamente a todas las manifestaciones artísticas y su significado particular, el presente histórico y cultural del Indígena Tarasco como un resultado de culturas ancestrales, la amalgama de culturas y subculturas que paulatinamente se fueron integrado al modo de ser del Indígena. Se debe tener presente que el Indígena conserva algunas costumbres anteriores a la conquista como:

La forma cíclica del trabajo.

La lengua tarasca.

La forma de vestir y la celebración de las festividades ligadas estrechamente con los símbolos de la vida y la muerte o la alegría y la tristeza, la noche y el día, etc. (1)

Podemos observar que el indígena no se adapta a las ideologías sobreimpuestas y sugeridas insistentemente por los **MASS MEDIA**, se vive una lucha para estructurar una Sociedad más justa; en lo económico, y aún más en lo ideológico, de tal suerte que permita un desarrollo más integral y por ende con mejores perspectivas para el futuro del indígena en su lugar de origen así como los núcleos incrustados en las grandes ciudades.

2. RAZONES DEL TEMA



***Aprender nos da la oportunidad
de crecer, de asimilar la
realidad y aún transformarla,
en tal forma que logremos
una existencia más plena
y más profunda.***

Guillermo Michel

Los Medios Masivos de Comunicación, se caracterizan por emitir información indiscriminada que dificulta la función crítica individual y fortalece la necesidad del consumo; al condicionar los reflejos “i n s t i n t i v o s” por medio de estímulos.

Frente al universo creciente de datos abrumadores se advierte un proceso inverso que fragmenta hasta volver minúscula, la función creativa del hombre, en la medida que el proceso de la mecanización industrial se divide, la actividad humana se vuelve más fragmentada y dependiente del complejo proceso de la maquinaria.

Ante la diversidad cultural de la individualización nacional, es cierto que emerge absorbente un proceso aglutinador e impositivo de una cultura modular general de servicio comercial, e incluso las diferencias de cultura “rural” y “urbana” se diluyen en virtud de que los límites de su contingencia expresiva son desbordadas por los Medios Masivos de Comunicación al servicio del “c o n s u m o”.

En nuestro tiempo estamos abriendo las puertas de un mundo contradictorio y empezamos a cruzar los umbrales apocalípticos; estos umbrales no determinados aún por las sociedades tecnocráticas, están definidos por:

**Desajustes integrales de personalidad,
Pérdida de la identidad étnica y personal, y
Desajustes en la estructura familiar.**

La apoteosis que la técnica ha introducido, a la vez, elementos de desigualdad social que escapan a los parámetros ya conocidos, respecto a la validez del concepto antropológico y psicosocial de “persona” y “personalidad” y sus correspondientes implicaciones.

Nuestras sobreestimuladas capacidades de percepción no incluyen los dinteles de conciencia, se han desubicado, y al carecer de dinteles de esos límites máximos, parecemos aceptar comodamente las situaciones viciadas.

Uno de los ejemplos más claros de este fenómeno lo constituyen los Medios Masivos de Comunicación que en su origen fueron instrumentos de libre expresión, esparcimiento e información; y así lo fueron mientras se guardó una proporción determinada entre el recurso (**MASS MEDIA**) y el fin (**PERCEPTORES**); estos, siempre tenían elementos de juicio, necesarios para formar criterio frente a aquellos.

Pero en la medida que la aplicación indiscriminada de técnica elevó los “quanta” de difusión, se fué perdiendo esa relación.

De todas la agresiones del modo mecanizado, minuciosamente programado e industrializado, hechas al individuo, a sus capacidades y valores, la que mayor influencia ha tenido en el desquebrajamiento de la convivencia es la agresión de:

- la superplaneada tecnología al humanismo,
- lo urbano a lo rural,
- lo mecánico a lo orgánico y
- lo artificial a lo natural.

Esta situación ha creado un “momentum” enajenante en las sociedades tecnocráticas que impulsa al hombre a alejarse de su esencia y ese alejamiento trae como consecuencia una disminución de su independencia y un incremento de su dependencia.

En el proceso de esa mutación pasa casi inadvertido el umbral de máxima interdependencia, punto medio entre los extremos que forman la independencia total por un lado y la dependencia absoluta por el otro. Es la interdependencia donde el hombre ha de encontrar la convivencia social, pero este punto medio escapa a los mecanismos del sistema tecnocrático.

Es indispensable situar al hombre como individuo, como “ser” concreto y definido, en su potencial humano, en su ubicación substancial dentro de un marco antropológico-social y, en un tiempo determinado, dentro de su historia.

Por otra parte, es imprescindible ubicar al hombre dentro de su contexto ambiental y familiar, ya que la fuente del individuo y la personalidad están en la familia. La estructura del organismo social encuentra su explicación y razón de ser en el seno familiar.

3. IDENTIDAD, COMUNICACION Y FAMILIA



*. . . no se trata únicamente de entender
los hechos y descubrir las
implicaciones de los mismos.*

Guillermo Michel

3.1. IDENTIDAD

Podemos significar el término Identidad, como una síntesis de realidades y fenómenos histórico-sociales, relacionándolos íntimamente con la ubicación de un modo de ser y vivir cultural, en el quehacer del pensamiento y los hechos de un individuo en su núcleo social.

La interacción y confrontación permanente con sus congéneres y los fenómenos de la historia que le ha tocado vivir.

Podemos asociarlo como fenómeno etnológico de raza y modo peculiar de cultura; o como un ejercicio permanente de hábitos y valores, que identifican al individuo con sus comportamientos en la riqueza de sus manifestaciones naturales y cotidianas de su entorno.

El individuo construye su cotidianidad y los acontecimientos de su medio con su propia ideología y voluntad en su continuidad histórica y en transformación continua.

Los escenarios de su vida presente están vinculados a su pasado y trastocan sus íntimos deseos para construir su futuro.

Este tiempo en el colapso de los grandes bloques ideológicos de nuestra cultura; en la disyuntiva de recrear la cultura nacional de acuerdo con la "verdadera" cultura popular o aceptar la invasión transnacionalizadora de

la nueva cultura de masas, no como un resabio arcaico y premoderno que es necesario o, incluso destruir, para dar un paso a la cultura moderna.

Bartra, Roger

3.1.1. EL ARGUMENTO DE NUESTRA IDENTIDAD

Para encontrar alguna explicación de la forma de vida y las conductas del México de hoy debemos recurrir al modo de ser, de pensar y de actuar de las socioculturas a lo largo de su historia.

Podemos inferir de la persistencia de las diferentes expresiones religiosas, costumbristas y modo de vivir teniendo como referencias los monumentos y demás testimonios que pese al tiempo dan testimonio de un pasado que con ellos toma presencia.

Muchos secretos religiosos quedan ocultos todavía en las grecas y frisos; han desaparecido las formas originales, el color y los símbolos propios de su tiempo; no volverá a levantarse el humo del incienso y se han vuelto opacos los ojos de los ídolos de piedra; pero es evidente que en esas piedras mudas, en esas estatuas el mexicano de hoy encuentra elementos que le sirven para entender mejor su vida anterior.

Fuerte argumento del pincel mexicano que ha podido adquirir muchos de los matices que dan esencia individual a su mensaje.

Lo indio es todavía un misterio que no ha sido revelado por completo. Cada día disponemos de mejores elementos para definir su ubicación

histórica. La tarea para nosotros no admite dilaciones, porque cuando se vive en estas tierras puede o no tenerse lo indio en la carne pero siempre se le lleva como huella profunda en el espíritu (2).

3.1.2. CULTURA E IDENTIDAD NACIONAL

Para conocernos y explicar nuestro presente es preciso auscultar la realidad para ir al rescate de nuestros valores ancestrales ya que consideramos, que el panorama de la vida cultural y social de México, a lo largo de las últimas décadas, ha perdido paulatinamente su identidad.

Hemos sido concientes de las deformaciones a que este tema se ha prestado, si se aborda desde la manipulación y no desde una auténtica voluntad de conocerlo y ventilarlo. Ya que la vida cultural no puede concebirse aisladamente, segregada de su entorno, encerrada en una campana de cristal se puede iniciar un análisis desde una perspectiva histórica y social.

Ha sido tendencia recurrente de toda política de dominio, la destrucción de las raíces culturales de la sociedad dominada y la imposición de un modelo cultural derivativo de la metrópoli.

Por otra parte, las sociedades industriales contemporáneas, integradas a las necesidades de la economía internacional requieren de la formación de hábitos uniformes de consumo, de la creación de patrones de vida y de comportamientos generalizados. Las realidades culturales y sociales divergentes de estos poderosos intereses, se ven condenadas al olvido ó

148630

2893900

a la extinción.

La desnacionalización cultural conlleva la pérdida de la conciencia histórica, el desinterés por la herencia cultural, la desvalorización de la propia realidad y la sobre-evaluación de las culturas de las sociedades o países dominantes.

Este proceso de desnaturalización y el olvido de los valores culturales propios avanza conforme a la docilidad masiva, y uno de los modos en que opera este proceso se ha dado del poder inmenso de los medios masivos de comunicación..

Por otra parte, el desarrollo económico y la modernización técnica, aplicados artificialmente atropellan formas de vida y de cultura alcanzadas durante siglos de evolución. Esta destrucción no es sustituida por ninguna alternativa, es tan sólo un proceso empobrecedor.

Se ofrece así al mundo del subdesarrollo un futuro que requiere ser pagado con el precio de su pasado. Qué futuro puede ser si para vivirlo hay que dejar de ser?.

No se pretende detener el reloj de la historia, de postular que todo tiempo pasado fué mejor, ni de un irracional chovinismo. Se trata de conocer los complejos problemas y peligros de nuestro tiempo y de ofrecerles respuestas adecuadas. No se trata de ver al progreso económico como un fin en sí mismo, no como medio para abandonar lo que somos, sino para realizar lo que somos a partir de lo que hemos sido y de lo que deseamos ser.

La pérdida de identidad constituye para la nación un problema fundamental.

Es el perder su columna vertebral, su auto-conciencia, su confianza en el porvenir.

POR IDENTIDAD CULTURAL NO CONCEBIMOS A UNA ESTRUCTURA UNICA NI INMOVIBLE PARA SIEMPRE, NI IMPUESTA DESDE ARRIBA; sino a un proceso histórico abierto y cambiante; un proceso que se alimenta de la conciencia y la fuerza vital cotidiana de una sociedad (3).

3.1.3. IDENTIDAD NACIONAL Y CULTURA URBANA.

Al referirnos a los comportamientos que nos identifican con la **CULTURA POPULAR: NUESTRA CULTURA**, con ello nos referimos a las diferentes manifestación de “ser”, “pensar”, “querer” y “actuar” de una población determinada.

Hoy somos menos parecidos a nuestra identidad nacional que a otros países subdesarrollados, pero urbanizados, industrializados a fuerza. Consumistas, tecnificados al más o menos. Supuestamente se busca una identidad internacional, la del capitalismo y propia del subdesarrollo (lo mismo en México, Kenia, Colombia ó Irán, países que también van perdiendo sus identidades nacionales).

Entre las ruinas de modos de vida ancestral, desde identidades nacionales formadas en torno a culturas preindustriales ya degeneradas y deformadas como nuestro folklore, se levanta vulgar y prepotente la homogénea civilización modernizadora, transnacional, monopolista y autoritaria.

AL IGUAL QUE OTROS PAISES SUBDESARROLLADOS, NUESTRA VIDA urbana se niega a reconocer los modos reales de su actuar. Sin embargo, cuelga botecitos de plantas en las ventanas de una unidad habitacional en rascacielos. Ya **NO** tenemos pasado mitológico, pero lo adquirimos con réplicas de plásticos de guerreros aztecas o

vírgenes dolorosas. Sobre la devastada 'suave patria', provinciana y 'vendedora de chía', ya estamos transformados en semiciudadanos del siglo XX, hombres de la gran ciudad global, transnacional y homogénea.

Somos más solitarios que los mexicanos anteriores; en esta vida urbana y moderna que no escogimos ni inventamos, con esos modos de "ser", las formas de manifestarnos y comunicarnos: ¿no es acaso la expresión de nuestra cultura el 'querer ser', 'decir' y 'hacer' en nuestra socio-cultura. ... nuestro acontecer y vivenciar el diario existir, conforme a nuestra propia manera de ser reflejada en todas las dimensiones de actuar nuestra identidad?...

Por nosotros mismos, **LOS MASS MEDIA** han sugerido comportamientos de consumismo; súbitamente impuestos, no tenemos mayor relieve civil que el de fantasmas y servidumbre. La vida urbana en México, carece de instituciones, tradiciones, costumbres o formas de vida hechas desde abajo por la propia gente para la mejor existencia de quienes habitan la ciudad, en la cual ya no es posible ni siquiera **LA RESIDENCIA INDIGENA Y CAMPESINA** que durante siglos en la época preindustrial, han ido sustituyendo las culturas tradicionales y poco a poco han innovado los modos culturales tradicionales.

Una característica fundamental de la cultura urbana, es la de convencer a la persona que tiene poder, prestancia, dominio, belleza y vigor, sólo por medio de su función de consumidor: "usted es tan maravilloso como las mercancías que puede comprar. Su identidad urbana, es su tarjeta de crédito."

Se ha descrito a la ciudad moderna como selva, océano, monstruo, enjambre y gusanera. Pero ... ¿no es acaso como un gran almacén vistoso

rodeado de desiguales fraccionamientos clasemedieros y grandes extensiones de lodazales proletarios; y por ahí, escondidos tras murallas urbanísticas de viaducto y periféricos las zonas de privilegio, así como ciudades perdidas?.

La institución más fuerte, el idioma, no ha sobrevivido mejor que el español urbano. Se parece mucho más a la jerga de locutores y de los políticos que el idioma que hablaban nuestros abuelos y no se parecen en nada a los prestigiosos de la lengua. Esto es natural ya que hablamos menos con la gente de bulto que con la radio y la T.V. y son sus locutores quienes hablan e imponen los modos y con sus prácticas en el decir, son los verdaderos directores del idioma.

Las formas de vida, los residuos costumbristas que con afán perduran, cada día se degeneran más o tienden al olvido. Al fin de cuentas la cultura de la ciudad es una confusión de supersticiones recientes. No es más científico el hombre de la ciudad, es sólo un supersticioso nuevo. Sin existir límites ni reglas para saber, entre la parafernalia industrial y tecnológica, que es lo razonable y que lo no creíble y lo increíble, pues el alto grado de tecnificación de todo nos impide saber racionalmente las cosas y solo queda creer en ellas con una fe cavernícola.

LA GRAN FE-ACTITUD DEL HOMBRE URBANO ES ENTONCES LA /FE/ IRRACIONAL HACIA LAS MERCANCIAS; cree más en ellas que el antiguo indito en "Nuestro Señor de Chalma". LAS NUEVAS PROCESIONES SE DIRIGEN A PERISUR, para tristeza de la Virgen de San Juan de los Lagos. Estamos esperando milagros tecnológicos anunciados en la T.V., todo lo que diga el aparato publicitario empresarial es creído.

Entender la situación actual de México en el marco internacional de la civilización industrial, de la nueva cultura impuesta puede acercarnos a una identidad nacional crítica verdaderamente beligerante; mucho más certera que el culto oficial a las identidades nacionales dudosas o vencidas, y que el culto neocapitalista de condominios o papas fritas. Ese proyecto de identidad crítica debería comenzar por lo más grave: la democratización de nuestra vida moderna. Una identidad de verdadera gestión sindical sin charrismos, de ejercicio pleno de la sociedad civil, de firmes garantías individuales; de vigilancia estricta y participación de la ciudadanía en la producción y distribución de todo producto o servicio masivo, básico o no; formación de instituciones desde abajo para defensa de los ciudadanos frente a las corporaciones burocráticas-empresariales, y muy especialmente, una seria gestión civil que limite la prepotencia de individuos o sociedades hegemónicas.

En relación al modo de ser de nuestro querido México tradicional, no tenemos porqué renunciar a él, aunque no haya sido tal como nos lo han contado o como lo hemos querido imaginar. Se puede seguir soñando o inventando, con todas sus leyendas y mitologías.

El México soñado por López Velarde o Diego Rivera, está más cerca de nosotros, en una buena participativa vida urbana, asumida en una democracia, que en esta identidad, 'meimportamadrista' de charros de automóvil, aztecas tijuanenses e indigenismo del mercado de Acapulco. La mejor identidad actual será un proyecto democrático que nos permita disponer de bases sólidas originadas en nuestra propia cultura e idiosincrasia y así asumir en su justa medida de civilización internacional, industrial y urbana en que ya estamos involucrados (4).

Tomar conciencia de la necesidad de conocer nuestras culturas, identificar nuestros valores socioculturales y tratar de rescatar elementos que nos expliquen nuestra realidad a partir de su desarrollo y la gestación y conformación de un pueblo nuevo, nos remite a iniciar un análisis crítico que en su inquirir conlleve a conocernos desde nuestros mismos orígenes.

La opresión sistemática de las socioeconomías hegemónicas debilita, presiona y obliga implacablemente al indígena a un peregrinar desesperante a fin de poder subsistir, dada su condición específica se ve orillado a abandonar su lugar de origen para incrustarse en sitios periféricos de las ciudades que considera como centros únicos de productividad para 'medio subsistir' y arrancar una posibilidad de conservar la vida, situación que lo transforma radicalmente y lo precisa a tomar nuevos comportamientos sin dejar de ser un oprimido. Existe un paralelismo en las fuerzas de opresión que marginan y mantienen la misma condición de vida, con el mismo deterioro tanto al indígena como al marginado urbano.

Observar una región específica, nos permite precisar los datos y verificar con más posibilidad las condiciones, sin dejar de tener plena conciencia de la magnitud del problema y retener la esperanza y el entusiasmo de continuar en la búsqueda y profundización del mismo, a fin de poder obtener un conocimiento más cabal tanto de las condiciones, de la vida del indígena, como de los indígenas emigrados a la gran ciudad, que al pseudo integrarse a la macrópolis se aferran a su cultura de origen transformando sus modos de ser, de acuerdo a las nuevas condiciones de vida.



***El perfeccionamiento de los
sistemas de manipulación
conduce inevitablemente a las
formas represivas y
autoritarias del poder social.***

Gustavo Esteva

3.2. COMUNICACION

El hecho de la comunicación, cobra presencia como la necesidad de expresión y fuente de identidad colectiva.

Las tradiciones operan como elemento esencial de identidad y las raíces ancestrales como medio para entender, traducir y profundizar en la realidad actual del individuo.

Toda comunicación, toma las formas y contenidos de una cultura dada y usa el lenguaje múltiple para lograr mejor respuesta.

Vgr.: a- Impresos:

revistas,
folletos,
posters y periódicos,
telegrama y cartas

b- Radio,

c- Cine,

d- Televisión,

e- Teatro, y

f- Los recursos sintéticos así por ejemplo:

logotipos,
etiquetas,
slogans de audio y video,

y finalmente, todos aquellos elementos que dicen algo a las capacidades perceptivas del hombre en forma sincrética, simbólica y repetitiva o que en alguna forma llegan al conocimiento.

Para explicar este hecho “cualquier proposición que explique las relaciones causales entre los símbolos, el significado y la mente, es válida, ya que la comunicación se refiere al uso deliberado e intencional de complejos simbólicos físicos, significados específicos en la mente de otro ser humano”, y así obtener una respuesta (5).

Nuestro universo íntimo y cotidiano ha sido el blanco de irrupción, a partir de un bombardeo inmisericorde de información a cargo de los diferentes medios de comunicación.

Este fenómeno puede explicarse como una condición determinante de nuestro tiempo y que se caracteriza por mecanismos sugeridos como:

- adquirir por adquirir,
- imitar por imitar,
- comprar por la sugerencia o invitación hecha a través de los medios de comunicación, sin una razón profunda y sólida para la satisfacción de una real necesidad fundamentada por un juicio racional.

Cabe decir del consumismo, que es un fenómeno psico-social y económico que tiene su origen en la mecanización de las estructuras publicitarias que

crean “pseudo-naturalezas” que funcionan para tratar de satisfacer las insatisfacciones escalonadas y progresivas encadenando la oferta-demanda, pero jamás logrando la satisfacción plena del individuo, solamente un mercado sin límites, así como acciones del mismo orden.

Es notorio que la publicidad ha especificado y especializado cada vez más sus técnicas para destronar al individuo de toda capacidad de análisis; busca materializarlo, mecanizarlo y desidentificarlo cada vez más y más, haciendo al hombre más dependiente, menos humano, más despersonificado y más maquinizado.

Si hablamos de la persona, debemos considerar al hombre como “una sustancia individual de una naturaleza racional”. Esto es, propio del hombre, dotado de características cualitativas específicas, que podemos referirlas a su conducta externa e interna (-personalidad-); esto es, los rasgos personales o modos característicos con los que una persona se manifiesta más o menos persistentemente (6-7-8-9). Debemos hablar de esa conducta como la actividad propia del ser racional, que es producto del entendimiento y la voluntad. Esta unión de entendimiento y voluntad indican la relación lógica que une las ideas con el mundo exterior, esto es a través de conductas manifiestas (10).

La secuencia:

- Comunicación dada entre individuos; en una sociedad:
sociedad cualificada,
- integrada por personas;
- individuos con una personalidad, conducta y una identidad que les
permite aceptar, conocer y ubicarse dentro de un contexto existencial

definido y concreto, nos remiten al sentido (e interpretación)
antropológico de la idea de *i d e n t i d a d* como: el conocimiento,
la aceptación y ubicación dentro de un contexto de tiempo y espacio.

3.3. INDIVIDUO Y FAMILIA

El individuo está referido a un conjunto ambiental étnico; en un tiempo definido y dentro de unas características específicas en sentido grupal. Así por ejemplo: a un habitante del Pueblo de Janitzio hay que considerarlo como:

- hombre; ser racional,
- ciudadano; mexicano,
- del Estado de Michoacán,
- de la mesa tarasca,
- de la isla de Janitzio,
- indígena purépecha,
- que habla el purépecha,
- que tiene un color y estructura definidas y cualificables,
- que tiene costumbres por él aceptadas de su medio; con características y formas de vida bien establecidas.
- que es identificable por sí mismo y por los demás,
- que conoce, acepta, se realiza y se proyecta dentro de su marco histórico-referencial; con conocimiento de causa y de fin.

Así, podremos decir que es idéntico consigo mismo y para los demás.

Hablamos de la familia como “el conjunto de ascendientes, descendientes y colaterales, i.e.; parentela inmediata, especialmente el padre, la madre

y los hijos (11).

Aquí, debo referirme al sentido tradicional que toma la significación de “familia” entre los purépechas como: “núcleo, esencia, razón, explicación y fuente del individuo”.

“Familia, como sentido de tradición, continuación del espíritu unido de un clan con determinadas características y cualidades”; el “Churiqui” y su familia.

Churiqui:

sentido real; sacerdote,

sentido usual: hechicero,

sentido formal: consejero;

término de unión entre el sentir de un individuo y la comunidad. A su vez intérprete del sentir de la comunidad para la definición o resolución a un hecho concreto. El “Churiqui”, debe continuar y transmitir “SU” tradición; conocimientos y secretos, así como una forma de vida especial, solamente a los de su familia y así sucesivamente.

Así pues, con este sentido, “f a m i l i a” significa: unión y comprensión entre cada uno de los integrantes del sistema comunitarista ancestral del purépecha y reforzado por las ideas religiosas del catolicismo. Familia; quiere decir, reverencia total a los mayores de edad. Respeto progresivo y exteriorizado a las personas de mayor jerarquía en el saber o actuar.

Simbólicamente, la familia representa la drasticidad y ternura peculiares en el Amor y Carácter Purépecha, reflejo de su Mitología y antagonismo cosmogónico: la Lucha Eterna de “Tata Huriata” y “Nana Kueráperi”, un

Padre Sol que todo lo quema y una Madre Naturaleza que todo lo vuelve a hacer renacer en su seno por medio del “Tupuri”; (Tierra abonada) dos formas así mismo antagónicas y drásticas: la de “Aguas” y “Secas”, en la producción de maíz en la agricultura purépecha” (12).



2893900

4. LOS PROCESOS DE LA PERDIDA DE IDENTIDAD



***La Publicidad retoma de las
clases sociales y sus grupos,
la necesidad de mirarse.
Para ellos retoma sus códigos
estéticos y convierte lo cotidiano
en un hecho relevante.***

Pondremos al individuo en su contexto y punto de referencia con los Medios Masivos de Comunicación. Y, para lograr un análisis real de nuestra sociedad contemporánea nos parece oportuno ofrecer algunos cuadros descriptivos de los diferentes usos, formas, estructuras, técnicas y recursos más usuales en los MASS MEDIA.

Estaremos conjugando La Realidad: Individuo-Sociedad-Familia MASS MEDIA; ya que no podemos considerar al individuo aislado. Y como punto de partida fundamentalmente estaremos refiriéndolo a su familia. Esta vinculación lo remite constantemente con el efecto a su permanente causa y principio.

Jorge S. de Antuñano

4.1. PERDIDA DE LA IDENTIDAD -EL MUNDO INTERIOR-

ACCION DE LOS MEDIOS MASIVOS DE LA COMUNICACION EN EL INDIVIDUO

El Síntoma obvio: ese mencionar persistente: “Usted es el importante”, “El que cuenta para nuestra Compañía”, “Usted es el más indicado para nuestra Empresa”, etc.; esta serie de afirmaciones, es la “Señal” y el “Signo”, que denotan la conciencia de la pérdida de la personalidad (identidad), en cuanto que el contenido intencional de estos mensajes borran todo signo de individualidad, generalizando y masificando la forma, la finalidad y la misma expresión lingüística.

La constante promoción de objetos de valor simbólico y relativo, a cambio de objetos de uso o de primera necesidad, llevan al consumidor “masificado” a justificar sus diferencias a través de las cosas, de las posesiones físicas que le afirman una personalidad de la que obviamente carece.

El individuo como tal queda imposibilitado a responder ante un proceso dirigido por el capital y por los Medios Masivos de Comunicación que tiene como único fin el aumento de velocidad en la circulación de dicho capital; la única posibilidad sería el enfrentamiento individual al

consumismo, que no tendría ninguna resonancia.

Sin que haya percibido la gran “masa”, creada en nuestro país, por la Comunicación Masiva; esta comunicación ha ido llevando a lo que podemos empezar a llamar: **“CULTURA DE MASAS”**, donde las expresiones se llevan a cabo más a partir de **SIGNOS-OBJETO** que las necesidades reales.

El manejo de imágenes y formas de vida enajenantes “apetecibles” ha hecho proliferar productos de escaso valor cultural y estético, en la prensa, al alcance de las clases llamadas “débiles” (indígenas, proletarias, rurales o simplemente marginadas), impidiendo otro tipo de publicaciones más nutrientes o más necesarias. (Vgr. invasiones supermasivas de: novelas de amor, Kalimán, Pasiones, etc.) .

Expresos manifiestos con evidencia casi matemática; creación de los llamados “ídolos” de las Multitudes, producto de los Medios Masivos de Comunicación y que en general no son modelos de valores morales o culturales pero que conducen a nuestra sociedad a la creación de **“SIMBOLOS”** también.

Podemos hacer una revisión de 30 años atrás de Elvis Presley, Los Beatles, Sony, Levis y Camay, hasta: Bimbo, Fairmont y Travolta. Los contenidos ideológicos y culturales han estado vacíos y los cuadros de oferta para fortalecer la dependencia así como el consumismo, se escalonan y transforman buscando multiplicidad de formas de la oferta sugerente y sofisticando técnicas de penetración.

La moda del lenguaje se torna compleja y desmembrada de su significado

real y la estructura sintáctica se acomoda y transforma no para mejorar los contenidos y formas lingüísticas sino para desajustar el significado del significante y, por repetición multiforme encimar significados sólo como “Slogans” temporales, mientras signifiquen particularmente lo que los publicistas deseen significar de acuerdo a los lineamientos impuestos por los supercerebros de la mercadotecnia y publicidad.

Podemos evidenciar que de hecho existe una pérdida de la identidad y desintegración consecuencial interna con manifestaciones externas. Este proceso de ingeniería conductual parece ser una traducción del simbólico párrafo del Génesis “... y tras de voltear a ver arder a Sodoma y Gomorra... quedaron convertidos en pétreas formas ...” (13).

En la realidad cotidiana constatamos que los signos, señales y símbolos del consumo estructuran significaciones con implicaciones específicas logrando:

- manejo,
- . inconciencia,
- . formación de cuadros ideológicos,
- . enajenación,
- . transformación, y
- . pérdida de identidad.

Analizando la primera fase, la información parece contactar a todas nuestras capacidades perceptivas y cada contenido nos compenetra hasta lo más profundo de nuestros niveles cognocitivos.

La concepción del mundo humano como materialización no es sólo

producto de la generalización de la realidad social, sino también efecto de una mirada desconcretizada que mueve a ver todo como genérico y sin sentido unitario. "Todo acto de evidencia presupone un objeto visto, como todo pensamiento presupone algo pensado. Pero el objeto visto, convertido en visión, es inseparable del acto vidente. (14)

A su vez, la visión cosificante hace ver todo como cosificación real del hombre y el círculo se cierra, no viéndose sino lo que ya se carga en la visión.

Aparece así, la imagen cibernética del mundo actual y la estructura cerrada donde la conciencia es fagocitada por la realidad, convirtiéndose en justificación de ésta.

Vemos al sujeto que se comporta como una estructura maquina en movimiento. Tiene vías de " e n t r a d a " de información (ésta es cada vez más abundante y cada vez es introducida por los conductos de los Medios de Difusión, con el consiguiente relegamiento de la lectura profunda y la acción del sujeto) y vías de "salida" para los productos elaborados en el interior de la máquina (los conocimientos, la ilustración, la "cultura" asimilados a los mecanismos de agresión y defensa y convertidos éstos en formas de conducta).

La invasión cultural realizada sistemáticamente por las superpotencias a través de las transnacionales han utilizado los medios como vehículo de penetración ignorando las potencialidades del ser que condiciona; la invasión cultural consiste en la penetración que han propiciado los invasores en el contexto cultural de los invadidos, imponiendo a estos su visión del mundo en la medida misma en que frenan su creatividad,

inhibiendo su expansión, encuadrando a los individuos en patrones de vida ajenos.

Estamos frente al origen y principio de “ r o b o t i z a c i ó n “.

Ahora sí, cuando el individuo esta repleto de datos, hechos, cifras, voliciones, etc., es la viva imagen del ser parmenídeo: lleno totalmente en todos su puntos, sin intersticios de conciencia donde pueda resguardarse un pedazo de “no-ser” o un simple vacío donde no se vea nada. Así, el sujeto no tiene otra parte a donde ir, que no sea lo que ya existe. Sin percibir límites con lo externo que lo integren con su medio, sin distancias ni fisuras. Sin poder moverse a ningún lado: en cualquier parte será él mismo, cualquier parte será la misma; con la televisión, la prensa y la radio acompañándolo a donde vaya, retratando como cámara oscura todo el universo con su memoria “comunicativa”, como caja de resonancia de una concatenación universal que no exime de la obligación de ser universales, porque nos hace sentir uno solo.

Esta mecánica de “transformación” procesa los contenidos de la información. Así, los proyectos, intenciones, móviles o todo principio generalizador, los de la misma información manipulada; siempre atenta a los impulsos, pulsiones, instintos, tendencias y gusto del mundo. Llega el momento en que nuestros impulsos se clasifican semióticamente formando un sistema de signos, señales, insignias, símbolos y rutas que representan a las necesidades ya maquinizadas.

En esta primera fase de transformación, los medios vienen de fuera. En nuestro mundo donde la ambición y el poder no tienen otros límites que la ambición y el poder mismos, todo gira en redondo, es decir: alrededor

de nuestro sistema de mando actual. El objetivo, el fin, el paraíso o la tierra prometida es como un sistema de proyectos con fines donde el sujeto no ha necesitado **SALIR DE SI PARA BUSCAR ALGO INALCANZABLE; HUYE DE LA UTOPIA Y CONSERVA LOS PIES EN LA TIERRA NARCOTIZADO POR EL PRINCIPIO DEL REALISMO. SOLO SE PROPONE LO QUE HA SIDO DISPUESTO PREVIAMENTE EN UN MUNDO DONDE LA MAQUINA HA DISPUESTO YA TODO PARA FACILITAR LAS COSAS.**

La víscera magna no necesita pensar.

El cerebro, pues, se convierte en una cámara fotográfica que refleja al mundo en sus placas y devuelve sólo la imagen que este le ha dado en archivero de burócrata con un sistema de expeditación clasificatoria donde no entra nada nuevo que no se ajuste a los rubros de las claves establecidas en cinta de grabadora que sólo tiene tres alternativas: seguir el ritmo, volver atrás o adelantar lo ya grabado en los botones de la radio, las columnas periodísticas, el golpe del karate o el pistolazo del sheriff de la televisión; la **MATERIA GRIS SE TRUECA EN TRANSISTORES** y la música de la imaginación se vuelve un disco rayado donde siempre se dice lo mismo, lo mismo, lo mis...

La pérdida de identidad se evidencia, como la manifestación de una necesidad nunca bien satisfecha, como la inútil búsqueda de la individualidad perdida.

Este análisis conductual nos ofrece la posibilidad de practicar múltiples “cirugías” a nuestro mundo y obtener muestras a manera de “biopsias” de

la ruptura y desencadenamiento casi incontrolable de valores, cimentación de conductas, descomposiciones ideológicas, falsas adecuaciones y transferencias ambientales.

Cuando observamos al muchachito que ha dejado la provincia por la seducción de la gran ciudad, vemos que sueña con un coche, aunque no tenga para comer y acaba conformándose con la ropa llamativa que usan los héroes.

La constante captura que creemos hacer de nuestros admirados personajes de foto-radio-tele-comedias es al contrario. No somos nosotros quienes nos convertimos en forma efímera, en el hombre o mujer “biónicos” -Es la Comunicación Masiva la que hace admirar a nuestras clases de baja capacidad económica, no la aspiradora que maneja una muy bella muchacha (saben que esa aspiradora está fuera de su posibilidad de compra), pero sí pueden aspirar al vestuario, o personalidad de quién presenta la aspiradora, como prototipo de lo que “d e b e” ser un buen tipo de nuestra sociedad.

Podemos preguntarnos: ¿A qué grupos llega con propiedad el mensaje de oferta?.

... Y ... observamos que la mayoría del pueblo son gente pobre y muchas veces desconocen un bistec; entonces resulta satírico e hipotético arrojar pacas de alfalfa desde un helicóptero a ganado de “raza” y menos fumar “Marlboro” ... Inflaciones y máscaras ... de la bestia de siete cabezas...

Nos volvemos consumidores inmediatos y aceptamos, sin sentir la posición masificante de consumidores en potencia, perseguidores de los simbolismos manejados sutilmente por la publicidad y convirtiendo una

marca de automóvil en el renacido Símbolo; hipotética meta de nuestra felicidad, al que dedicaremos toda nuestra vida como única meta a obtener.

El juego es recíproco, se hace más fascinante, como simbólicamente sucede en casi todos los programas policiacos de la televisión norteamericana, -que pertinazmente se han incrustado en la mayoría de nuestras posibilidades creativas en lo que a TV se refiere-, previamente sabemos el desenlace y quién será el perdedor, y obviamente también de sobra conocernos al melífluo ganador y representativamente al invencible héroe.

La enorme proliferación de productos ha hecho de la comunicación parte esencial de nuestras vidas. Un aparato monstruoso de competencia origina un bombardeo de imágenes que nos tienen permanentemente sumergidos en un mar de mensajes.

Lo que llamamos en comunicación “ruido visual” forma ya parte de nuestro entorno. El aumento de producción ha hecho indispensable el aumento de compradores.

“Es útil dentro de una sociedad todo aquello que dicha sociedad quiere considerar como apto para ser objeto de transacciones comerciales ... y para ser útil basta que cumpla cualquier función, tan importante es la función de **ESTAR DE MODA...**”

“Resulta, que no solo los mensajes pueden ser descritos como **BIENES DE CONSUMO**, sino igualmente que los bienes de consumo pueden ser descritos como mensajes.

Es posible y legítimo hablar del automóvil, de los muebles, de los regalos, o de los productos de belleza considerándolos **exclusivamente** como objetos dotados de significado, exactamente igual que los mensajes que nos transmite el cine, la televisión o la prensa” (15).

Hay razones para considerar la tremenda fuerza de absorción que tiene la comunicación; si se aumentara la producción hasta considerar a todos los seres humanos como clientes potenciales, sucedería que cada capitalista propondría que los demás capitalistas aumentaran el salario de sus obreros, sin aumentar los propios, para incrementar la potencialidad de consumo.

Sin embargo, a cambio de ello, se hace un enorme gasto para acelerar la circulación de capital que no ha beneficiado al obrero: **LA PUBLICIDAD.**

Con los Medios Masivos de Comunicación se plantea la interdependencia más nítida entre producción e interés privado.

"Un pequeño número de capitalistas cuyos intereses entran en contradicción, de modo cada vez más agudo, con los intereses de millones de seres humanos. Esta contradicción estalla de la manera más ostensible en las crisis económicas, como fenómenos inverosímiles. No se trata de crisis ni de escasez. Son crisis de superproducción. Los desempleados mueren de hambre, por que los productos son relativamente demasiados"(16).

Uno de los remedios que opone a esta contradicción el capitalismo, es el de los Medios Masivos de Comunicación, que en principio no sólo deben aumentar el consumo **d e m a s i a d o** de estos productos, sino que

crearán nuevas necesidades de consumismo. No basta con este criterio, la promoción del consumismo, pues al mismo tiempo se acelerará la producción en base a estos posibles nuevos compradores, y nuestra sociedad entra así en un círculo vicioso. A mayor producción, mayor oferta, mayor promoción publicitaria. A mayor existencia de productos, mayores crisis, a menos que esta sobreexistencia sea resuelta en forma de consumismo.

Ejemplo típico de este proceso lo tenemos en un producto que hemos visto y que no es de necesidad absoluta en nuestro medio: el coche último modelo. Al no venderse este producto hay que recurrir a la posible imagen que el cliente tendrá si compra uno de estos carísimos vehículos, lo más lógico será la crisis por exceso, con el consiguiente desempleo de miles de obreros.

Estamos frente a una realidad apocalíptica o sencillamente estamos abriendo el telón del teatro más cruel donde representamos empujados por un sobre contenido transcultural un “gestáltico” rol: la bestia de siete cabezas.

- Individuo:
- despersonalizado,
 - desmembrado en sus raíces idiosincráticas,
 - desidentificado con su potencial social y contexto histórico contemporáneo,
 - desintegrado de su núcleo de origen y raigambre síquica,
 - manejado por un sistema dado a través de imágenes estructuradas con una

intencionalidad definida y con una finalidad sutilmente manejada, que opera en relación directa de las manipulaciones de los Medios Masivos de Comunicación; directamente enfocados a grupos étnicos delimitados, y muchas veces dirigidos a una generalidad o pueblos con identidades o paralelismos históricos culturales.

Vemos así como enfrente de la noticia, el perceptor ha perdido toda permeabilidad y ha desarrollado una impersonalidad general que impide toda participación en los sucesos que le rodean y que están afectando a otros seres humanos. Tenemos ya una enorme masa de espectadores pasivos imposibilitados para ser protagonistas activos a nivel humano, de nada.

También podemos observar como la noticia y el comentario político se dan, en general, masificantes y minimizados, filtrados adecuadamente. Por otra parte, se provoca la participación emocional y epidérmica en comedias televisadas, radiodifundidas o fotografiadas, así como en ciertas películas.

Por otra parte, la influencia de los **MASS MEDIA** es innegable en la educación.

Y que la educación es ... una parte de la cultura como su causa y origen; su consecuencia y logro, sin excluirla como generatriz de algunos de sus obstáculos y deformaciones. La preponderancia de la formación educativa, la gran palmaria y crecientemente, por encima de la Familia y los

establecimientos docentes, los Grandes Medios de Comunicación, también por encima, al margen y en oposición a la enseñanza tradicional.

En cuanto al hecho informal educativo que proporcionan los órganos masivos de difusión debemos advertir que éstos se encuentran sometidos a intereses publicitarios que carecen de una vinculación real, ya no digamos cultural o educativa ...

Podríamos establecer que.. dichos instrumentos rinden más al dominio y la dependencia que a la transformación, la innovación y el **RESCATE DE LA PERSONALIDAD HUMANA, Y SU LIBERACION** (17) que podremos lograr mediante una acción libre y en la medida en que el hombre transforma su mundo y se transforma a sí mismo; despertando posibilidades creadoras, luchando por una sociedad creadora y que por medio de ella, pueda crearse siempre un mayor grado de libertad individual.

Esta conciencia social, libre y creadora será el antídoto natural a la sistemática sobreinformación que desnaturaliza la realidad cotidiana y que transforma a las masas en un mero espectador, que realizan una conquista al servicio de una materialización masiva transformando a las masas en espectadoras, pasivas, divididas y por ello, enajenadas.

4.2. LA FAMILIA

EL PROBLEMA Y SUS CONSECUENCIAS

La Familia, como centro de raíz y energía; razón de una transformación.

La Familia como explicación de valores de la microsociedad y razón de las estructuras subsecuentes.

Este principio solamente puede ser explicado mediante la acción y los resultados de un análisis crítico, público y sistemático de nuestra sociedad consciente y propulsora de nuestra forma de ser contemporánea.

La Familia, anteponiéndose y resistiendo las presiones de una sociedad cada vez más mecanizada.

La Familia, como transformadora y organizadora de movimientos y acciones de grupo, con individuos suficientemente conscientes para intervenir en el momento y lugar adecuados, con un propósito definido, de permanencia.

La conformación de la familia en nuestro México y concretamente en la Meseta Tarasca no difiere en su esencia de un origen antropológico con semejanzas y radicales generales de las formas, concepción y tradición de la idea regional de las otras culturas nacionales.

Es a nivel de la familia donde las diferencias entre las clases sociales, aún opuestas entre sí, encuentran su identificación o su igualdad. La Economía tiene como papel el de explicar las diferencias entre los individuos, diferencias que los agrupan y los delimitan en clases sociales con intereses económicos divergentes. Pero la economía no ha llegado a explicar las **IDENTIDADES**, las igualdades que anulan a tales diferencias; permanece incógnito. Y es ahí donde puede hallarse la explicación del porqué los individuos que tienen iguales intereses de clase; económicos, políticos, intelectuales y emocionales, desean lo contrario y actúan en contra de esos intereses.

La familia es el lugar donde se fabrican las igualdades, la anulación de las diferencias.

Y sin embargo la familia es lo menos estudiado por la ciencia social. Apenas desde hace unos años se pone en cuestionamiento a la familia. Pero durante decenas de siglos la familia fué objeto de un tabú que prohibió al conocimiento, penetrar más allá del culto a los padres.

Hacia 1870 el colonialismo inglés violó la intimidad de las familias primitivas encontradas en las regiones conquistadas.

Se rompió la creencia de la eternidad de la familia monogámica y se encontró la relación que guarda la forma de la familia con la estructura económica y política de la sociedad global.

Se descubrió que la forma de la familia se modifica conforme cambia la estructura económica y social.

Cuando Engels habla del origen de la familia, la propiedad privada y el Estado, acertó a ver en la familia como el sitio en el que se fusiona la sociedad con el individuo, la estructura económica con la estructura biológica, mental y emocional del individuo, la reproducción de la sociedad se fusiona con el individuo, la estructura económica con la estructura biológica, mental y emocional del individuo, y por lo tanto de la sociedad en su conjunto es conforme a las exigencias de la estructura económica. La familia es la forma social que asume el instinto sexual, que es el instinto de la reproducción, el instinto de la supervivencia.

La familia es la institución social que reduce los intereses vitales diferentes y contrapuestos a un interés común: el interés de la reproducción más inmediato, es decir: de la reproducción biológica.

Las clases sociales opuestas tienen intereses económicos y políticos opuestos. Deberían asumir formas familiares opuestas. Sin embargo, la forma de la familia es la misma para clases sociales opuestas. La familia se convierte así en el sostén más firme del Estado, porque se halla enraizada en lo biológico.

Es por ello que la familia es el lugar donde el individuo perteneciente a una clase social con intereses económicos y políticos aprende a sentir, a pensar y actuar en nombre del "hombre" independientemente de la clase social, y no en nombre de sí mismo como hombre diferente que pertenece a una clase social.

Es la familia donde el "individuo", expresa, sintetiza y en ocasiones antepone **EL BIEN COMUN AL SUYO MUY PARTICULAR.**

Nuestra época, símbolo de enajenaciones, contradicciones, intereses, amenazas, intervenciones, conquistas y reconquistas, masificaciones y el terrible abandono, enmarcan la tragedia del ignorante e impotente campesino. El indígena, con la etiqueta etnológica que los omnisabios lo cualifican considerándolo “sabiamente” cual rata de laboratorio dentro de: “caso curioso”; “dato científico”, “argumento de comprobación” o sencillamente como “elemento de un dato estadístico”, **SIN “NUNCA” REVALIDAR EL ARGUMENTO DE VIVIR SU VIDA** y vivirla con dignidad y sin penetraciones en el santuario de **SUS NECESIDADES ESENCIALES, de “SU ENTENDIMIENTO”** y su voluntad, amén de las satisfacciones biológicas, psicológicas, históricas y culturales.

Hoy en día los medios de difusión hacen propaganda o educación masiva si se quiere, pero la distancia que separa al difusor del perceptor y la diferencia de fuerzas es tal que de ninguna manera cabe ya hablar de libertades o derechos; la libertad de unos pocos no puede fundamentarse en la sumisa adición de todos, ni el derecho de una sociedad puede ser satisfecho por el capricho de unos cuantos.

En las desvinculaciones de los nexos intra-familiares surgen los efectos de transformación negativa y limitante de sus miembros: niños deformados en un ambiente de desamor. Los modelos de vida sugeridos por los MM producen una escuela de influencia, nos parece que lo principal es el equívoco en la fundamentación de valores Vgr.: cuando en la TV se nos propone como meta la posesión de bienes solo materiales: “hasta que use una Manchester me sentí a gusto” etc.

“Esta influencia del hogar y la familia se prolonga en la experiencia de la escuela”.

En ella, los educandos descubren temprano que para conquistar ciertas satisfacciones, deben adaptarse en forma vertical y uno de estos proyectos es el de **“NO PENSAR”** (18).

El resultado es un sistema de educación masiva despersonalizada que opera de acuerdo a los parámetros que la sociedad tecnocrática se ha fijado políticamente a sí misma en materia de educación.

Llámesese: radio, TV., cine o prensa, estos generadores de cambio en la educación; agresiones de sistemas educativos, sistemas de información, recursos de cambios ambientales, son los conformadores de la realidad que consideramos.

4.3. FORMAS Y PRINCIPALES MANIFESTACIONES DE LA PERDIDA DE IDENTIDAD Y DESINTEGRACION FAMILIAR

El individuo inerte de la aldea, del rancho o del caserío, ante la pavorosa necesidad de no perecer de hambre, busca soluciones económicas y acepta cualquier reto y cualquier oferta que se le proponga a fin de encontrar soluciones inmediatas.

Se le presentan alternativas desproporcionadas:

- | | | |
|---------|-----------------------|---|
| Oferta: | a) Irracional | - cosas innecesarias; |
| | b) Injusta | - porque sobrepasa las capacidades del poder adquisitivo; |
| | c) Ficticia | - ya que la mayoría de las veces es equívoca o impropia a los lugares o regiones étnicas específicas. |
| | d) Equívoca y parcial | sólo en función de lucro. |

e) Inhumana

- ya que va mecanizando progresivamente las situaciones y va despersonalizando al considerar en forma masiva al "Perceptor".

Surge así un desmembramiento del individuo en cuanto a sus posibilidades de desarrollo personal humano e integral.

Respecto al origen de las formas de la pérdida de la identidad, estamos constatando la penetración transcultural y subcultural de la TV, radio, cine y prensa, en cuanto que ofrecen una sobrecarga de información, traduciendo falsamente soluciones a modos y respuestas del actuar cotidiano.

Presentan fáciles y fortuitamente los problemas socioeconómicos y de la misma forma los problemas psico-sociales; amén de dulcificar o "comodizar" los problemas generacionales y las soluciones histórico-políticas.

Así, el deslumbramiento, sobre todo en el caso de actuar y pensar de algunos grupos marginados, paralelamente caminan de la mano con el sentir "arribista" de la inmensa clase obrera y media. Resulta que la ingenuidad del indígena (que en gran parte desconoce la ciudad, su vida, sus implicaciones histórico-culturales y socio-político-económicas; tanto como su compleja problemática) acumula todo este inmenso y enmarañado bagaje de datos propuestos a la ligera por los Medios Masivos de Comunicación, y concluye con toda su inconciencia que **LA FELICIDAD Y EL EXITO SOLO SON REALIZADOS GRACIAS A LA POSTIZA**

REPLICA DE LAS PREMISAS MATERIALIZADAS OFRECIDAS POR LOS MASS MEDIA.

Huye de sí mismo, no concretizando en sus posibilidades reales e inmediatas. Acepta los mecanismos de **IMITACION** y adopta:

- . Lenguaje,
- . Actitudes,
- . Mecanismos “Slogánicos”,
- . Costumbres, y
- . Pseudo naturalezas en su estructura mental que no conoce y solo acepta a fuerza de repeticiones multiplicadas y casi inyectadas por todos los “poros” de su piel y hasta donde le alcanzan las posibilidades de todos sus sentidos.

A partir de la sobre oferta de los contenidos homogeneizados de: radio, televisión, cine y prensa.

5. EL INDIGENA PUREPECHA Y SU MUNDO



***Porque en este
mundo engañoso;
todo es un sueño,
todo es una ilusión ...***

Pirecua purembe

La región Purépecha se ubica en el Estado de Michoacán. Comprende al territorio ubicado entre Pátzcuaro y Zamora, de oriente a poniente en la parte que va al norte del Estado; de Zamora a Uruapan de norte a suroeste; y de Uruapan a Pátzcuaro por el oeste.

La relación descriptiva de esta región, del medio ambiente con los efectos relacionados por los Medios Masivos de Comunicación, solo pretende encontrar algunos elementos para la reflexión y en esta búsqueda:

- Encontrar el grado de conocimiento de las distintas manifestaciones de la Comunicación Colectiva.
- Detectar el grado de penetración de la publicidad masiva en la Meseta Tarasca.
- Encontrar la relación del indígena con el “mundo exterior”; así como:
- Auscultar en las frecuencias e incidencias de oferta de noticias o diferentes comportamientos sugeridos (Vgr.: vida bonita y fácil proyectada por las novelas, fotonovelas, radionovelas y hasta telenovelas).
- Emigraciones y transformaciones culturales en las colonias marginadas, donde se han avecindado grandes núcleos de emigrantes purépechas,
- y, finalmente analizar algunos signos y señales de **PERDIDA DE IDENTIDAD**.

5.1. LUGARES Y PERSONAS

Podemos considerar cuatro formas de cultura con muchas relaciones idiosincráticas, costumbristas, tradicionales: expresiones plásticas, expresiones musicales y otras manifestaciones; la tradicional, otra susceptible al cambio, una en proceso de innovación y una invadida por el turismo.

Consideramos cuatro regiones Tarascas por su ubicación:

- a. Los pueblos de la Cañada - susceptibles al cambio.
- b. Los pueblos de la Laguna - invadidos turísticamente.
- c. Los pueblos de la Ciénega - cambiantes.
- d. La región de la Meseta - un poco más tradicional.

a. Los pueblos de la Cañada: Carapan, Tacuro, Ichán, Huécato, Huáncito, Sopoco, Santo Tomás, Tanaquillo, Acachuén, Urén, Chilchota, sus rancherías: Rancho Morelos, Rancho Seco (no p'urhes); finalmente: Noroto.

b. Los pueblos de la Laguna: San Pedro, San Bartolo, Tócuaro, Erongarícuaro, Uricho, Janitzio, Jarácuaro, La Pacanda, Yunuén, Arocutín, Cocuchucho, Tzentzenguaro, Zirahuén, Chupícuaro, San Jerónimo, las Palmas, Santa Fé, Quiroga, Tzintzuntzan, Uecorio, Pátzcuaro, Siróndaro, Uiramba, Ihuátzio, Cuanajo y Poácuaro.

c. Los pueblos de la Ciénega: Zacapu, Coeneo, Tiríndaro, Naranja,

Carátacua, Azajo, Tarejero, Zipiajo, Comanja, Cantabria, Pretoria, Cótiro y Matugeo.

Es una región en plena transformación y pérdida de identidad, en cuanto que ha sido invadida por la industrialización; funciona una planta de “Celanese Mexicana S.A.” con la subsecuente invasión de técnicos, especialistas, y mecánicos de todo orden; asesores, publicistas, vendedores y comerciantes..., oferta y demanda de implementos mecánicos y de uso doméstico, lo que facilita la comunicación de innovaciones.

Es quizá la región más deshumanizada, por la natural intervención de acaparadores, pequeños capitalistas y formación de grupos de exportadores.

d. Los pueblos de la Meseta: Pamatácuaro, Patamban, Cherañástico, Charapan, Pomacuarán, Cocucho, Ahuiran, Ocumicho, Zicuicho, San Felipe de los Herreros, Angaguan, San Lorenzo, Capacuáro, Arantepacua, Paracho, Cherán, Nahuatzen (y las rancherías no P’urhés: Rancho del Pino, San Isidro, Emiliano Zapata y la Mohonera), Turícuaro, Sevina, Comachuén, Tingambato, San Angel Zurumucapio, San Juan Tumbio, Quinceo, Pichátaro, Nurío, Corupo, Zirosto, Zacán, Tarecuato, Aranza, San Juan Nuevo; Urapicho y Tanaco. Las comunidades indígenas del municipio de Los Reyes: San Antonio y San Isidro Tarecuato y las comunidades de La Cantera, y Paso del Molino del municipio de Santiago Tangamandapio.

Esta región de la serranía, conserva formas culturales que mantienen la permanencia de muchas tradiciones lingüísticas, musicales, dancísticas y celebraciones populares que permanecen vigentes a pesar de la problemática que significan las innovaciones que conlleva nuestra historia.

LA COMUNICACION DEL INDIGENA Y LAS TRADICIONES ANCESTRALES EN LA MESETA TARASCA

Describiremos algunos hechos en forma general, y citaremos algunas opiniones de algunos habitantes de la meseta tarasca con el fin de ilustrar el “modo de ser” y de “sentir” del indígena Purépecha.

Por su naturaleza, el indígena es callado y triste. Esta es la explicación de sus danzas y rituales, expresiones mítico-simbólicas; música sentimental y espiritual; fundamento y razón de la exactitud con que deben celebrarse tales o cuales acontecimientos, invariablemente acompañados de danzas o música específicas.

Es común, por ejemplo, festejar con toda exactitud, “al pie de la letra”, en toda su magnitud y con todas las consecuencias una festividad; el fin de año en Sevina: se reúne todo el pueblo, se ofrecen nacatamales y atole negro - de cacao y “cabello seco de elote” para festejar con la danza de los Viejitos que ya viene el año nuevo, o un acontecimiento; la entrada de la Primavera. Las Huananchas (danzantes) con atuendo festivo, collares y sombreros con flores de tela bellamente arregladas, aunque no coincidan las fechas primaverales, aprovechan la costumbre ancestral con el pretexto del día de San Sebastián recorren al son de la música toda la calle principal hasta el atrio de la Iglesia, donde los recibe otra banda de música tocando sonos propios de esta ocasión .

Es notable observar que en Capacuáro, San Lorenzo, Angaguan, Pichátaro,

Comachuén, Jarácuaro, Turícuaro, Arantepacua, Sevina, Nahuatzen, Janitzio y Charapan, el ritual del casamiento se lleva a cabo como hace un siglo o quizá más tiempo: pedimento de la novia, por los padrinos y amigos del novio; hay ofrecimiento -para que se vea la buena intención- de vino, música, pan y frutas.

Agradecimientos: si es dada la novia, pasados ocho días, los familiares del novio llevan: vino, música, molletes y fruta.

Presentación: ante los familiares de la novia y el novio, que posteriormente van a la Iglesia. Los amigos del novio, van al cerro por la leña en carretas adornadas con flores y mancuernas de maíz negro "Tzángari", signo del deseo de abundancia para cuando se casen; mientras la música toca sones, solamente con instrumentos de cuerda; aunque varían las posibilidades en cada caso.

Casamiento: la víspera de este acontecimiento, la novia lleva atole a los familiares del novio, acompañada por la música, su madrina y amigas principales. El día del matrimonio, el novio va a recoger a la novia, acompañado por sus familiares y amigos, más un séquito de acompañantes y la música; todos se dirigen a la iglesia, siempre acompañados por la música que toca sones y pirecuas alegres. Ya de regreso, en la casa del novio se ofrecen corundas (tamales regionales) y comida a cuanta gente desee entrar, después de la comida, bailan los viejos y las viejitas, todos en silencio, nada más se oye la música de cuerda, luego siguen los señores de menos edad, después los jóvenes; todos con mucha reverencia viendo el suelo e inclinando un poco el cuerpo hacia adelante; solo al final se baila un zapateado, cabe hacer notar que esta vieja costumbre se va modificando con el tiempo.

Entre otras costumbres realizadas por tradición podemos citar:

- **LOS NEGRITOS**, 24 de diciembre: sátira a los patrones, danza típica, Sevina, Charapan, Cherán, etc.
- **LOS CHELES**, 8 al 16 de diciembre: danza burlesca para ridicularizar los altos cargos de los “castizos” (gente que solo habla español).
- **HUANANCHAS**, 20 de enero: danza femenina propia de Nahuatzen, ofrecimiento de flores por el comienzo de la siembra; añoranza de las sacerdotisas purépechas.
- **LOS MOROS**, 25 de agosto: danza de Nahuatzen y otras comunidades para celebrar la victoria de los cristianos sobre los moros, es una remembranza del tiempo de la colonia.
- **LOS SOLDADITOS**, danza infantil de Nahuatzen, símbolo de la defensa de la región cristiana.
- **MARICHAS**, 25 de julio al 24 de agosto: danza femenina, ofrecimiento de dalias; particularmente en Nahuatzen.
- **LOS VIEJITOS**, Sevina, Jarácuaro y otras comunidades: es la danza más conocida con música de cuerdas; es una parodia y burla a las actitudes de los patrones españoles. Ordinariamente se celebra del 24 de diciembre al 6 de enero, aunque cada vez se populariza esta forma dancística.

Existen diversas y bellas manifestaciones festivas que son motivo para realizar un capítulo aparte en relación a las múltiples expresiones dancísticas.

5.2. IMPLICACIONES

Lo importante de estas celebraciones y danzas es que van relacionadas directamente con un significado concreto y aún se celebran exactamente en el día y la fecha que por tradición inmemorial se han celebrado. La indumentaria permanece en su forma y características, la misma que por años y años se ha usado; indicando la relación de participación de una u otra región, en función del conocimiento y oferta o la capacidad adquisitiva para la innovación.

En el contexto del Indígena Purépecha es importante considerar las costumbres, su forma, su tiempo y la conservación de las mismas, puesto que han servido de nexo de **“IDENTIDAD”**; de coherencia ambiental e incremento de valores muy propios y específicos.

Las tradiciones y elementos relacionados con las costumbres han dado a la estructura familiar los mecanismos antropológicos, psicológicos, emotivos, sociales, morales y aún políticos para enmarcar claramente la unión interfamiliar y su conocimiento, así como fortificar las raíces ideológicas; su forma especial de relacionar formas de juicio con situaciones históricas, y personalizar más las características indígenas del habitante de la Meseta Tarasca.

Con todo este acervo costumbrista el indígena se interrelaciona con sus mayores, sus vecinos; invita y es invitado a una festividad o acontecimiento, como una forma específica de Comunicación cíclica con los diferentes grupos de toda la Meseta Tarasca.

5.3. ALGUNAS OPINIONES

Los diferentes juicios emitidos por personas de la región, nos remiten a un juicio global, a un panorama actual de integración y fusión, de diferentes elementos culturales; nace así, una conducta nueva de innovación y reorganización del indígena y la mecanización ofrecida por la modernización.

“El choque de culturas es doloroso y como consecuencia, la mayor de las veces se llega al ridículo, como el caso cuando (por desgracia) llegaron los nuevos ritmos acompañados del idioma “gringo” a las diferentes regiones de nuestro país, nuestros compatriotas se movían como muñecos de cuerda, sin entender absolutamente nada de lo que se expresaba, pero movían su cabeza afirmativamente en demostración de estar muy conscientes de la “nueva onda”.

“En general se puede decir que son parches mal pegados lo que los Medios Masivos de Comunicación logran imponer a nuestra gente, sobre todo de la clase humilde, ya que estos medios hacen héroes a los personajes de la televisión, y se desprestigian los valores reales,... ¿ pero alguien sabe quién es Ema Godoy ?. (19)

“Por otra parte, la identidad se está perdiendo ya que muy pocos medios de comunicación se preocupan por despertar el auténtico espíritu nacionalista e incluso latinoamericano; ya que la gran mayoría difunden

principalmente todo lo que al capitalismo le conviene y de manera particular a los Estados Unidos, y como muestra tenemos la infinidad de comerciales de prensa, radio y TV confeccionados por los amos capitalistas" (20).

Otro caso observado en Arantepacua, población totalmente indígena de 2700 gentes (tenencia perteneciente al Municipio de Nahuatzen):

Tata Andrés Carátucua, de 48 años, tuvo oportunidad y necesidad de ir a trabajar a los Estados Unidos, estuvo 8 meses en unos almacenes agrícolas de San Francisco, California..

Después de algún tiempo regresó a Arantepacua. En los fines de semana intentó organizar reuniones diciendo a la gente que "era necesario celebrar weekend", pero como la gente no le entendió y fracasó; luego quiso organizar "picnics" y un "Halloween". Estas INNOVACIONES no dieron resultado por carecer de significado dentro de las costumbres totalmente indígenas y donde solamente dos o tres personas mascullan el español. Sin embargo, debemos considerar el hecho de la penetración; consecuencia de una forma de Comunicación: El Viaje, y falso trasplante de formas de actuar no llegaron como dato a la población indígena.

El caso más frecuente se repite en diversas formas respecto de los trabajadores que emigran a la ciudad, donde establecen un "cuasidomicilio", sin dejar su "domicilio" en su lugar de origen. Escogimos el caso de Juan Oteri, individuo de 46 años originario de San Juan Tumbio. Temporalmente emigra a la ciudad: Monterrey, Guadalajara o México. Es en la ciudad de México donde llega a vivir a la Candelaria de las Flores, Coyoacan; ahí es donde convive con algunos coterráneos.

Trabaja de albañil; hace un año, para festejar el día de su santo, desayunó en un “Vips” y cenó en un “Sanborns”; días después tuvo que regresar a su pueblo y lo primero que hizo, fue exigirle a Nana Inés -su esposa- que le hiciera unos frijoles estilo “Sanborns”. La innovación es la mera pretensión de modificar su costumbre de comer los frijoles solamente cocidos “de la olla”, es evidente el manejo de la Publicidad penetrante y capaz de llegar a todos los estratos de perceptores.

Un tercer ejemplo más valedero y evidente. Es el caso de Gabrielito Avilés -niño de seis años y siete meses-. Son las ocho de la mañana, muy peinado, aunque un poco sucio.

En Nahuatzen:

- Gabrielito, ¿A dónde vas?. A lo que Gabrielito contesta:
- ”Voy al Kindergarden”.
- ¿Al qué?...
- ”Sí hombre: al Kindergarden”. Afirma reiterativamente.
- Oye, ¿Y qué llevas ahí en la mano?
- ”Pues un Twinky Wonder”- contesta, secamente.
- Oye Gabrielito.. ¿Ya desayunaste?
- ”Si, me tomé una Bonafina”.
- Gabrielito, ¿a ti te gusta ir a la escuela?
- a lo que Gabrielito contestó:
- ”No me gusta, pero tengo que ir, porque si no voy, en la tarde no me dejan ir a ver a Cepillín en la Tele”.
- Oye Gabrielito, ¿Y en la otra mano, que es lo que llevas?
- ”Pues llevo un paquetito de Koolaid para tomármelo a la hora del recreo”- Y se apuró para seguir a su mamá, rumbo al Jardín de Niños.

La extensión de los alcances de los Medios de Comunicación conducidos por la maquinaria publicitaria, queda manifiesta...

Esta narración describe el progreso de pérdida de identidad... desde sus diversos orígenes y formas.

5.4. HACIA EL CAMBIO

En la gran urbe, los mecanismos se presentan más inmediatos y directos. “Para afirmar que la Ciudad de México “esta en quiebra”, fué la adopción de un modo de vida diferente a la idiosincracia del mexicano, ajena a nuestras costumbres”.

Los valores de la familia están cambiando más no se están destruyendo, se afirma:

...el capitalismo “no está deshumanizado”, y se alega que “por su propia naturaleza psíquica; es imposible que se interese en la población que lo envuelve, pues sólo puede preocuparse por un grupo reducido de personas” (21).

Los **MASS MEDIA** actúan casi directamente en un efectivo y asiduo pequeño “**GRAN CONSUMIDOR**”.

Advertimos la crisis y los cambios, así como las innovaciones en el proceso conductual.

Pero el más crítico de todos los desafíos es la incorporación de los indígenas y campesinos, cultural y económicamente marginados, al mundo moderno, en el que no tienen acceso a las oportunidades materiales e intelectuales de que ahora gozan sus vecinos más afortunados.

No es que los campesinos indígenas sean completamente reacios al cambio; sino que el cambio y las innovaciones son desproporcionadas a su ambiente natural, así y con todo, todavía están psicológicamente separados del mundo moderno del que forman parte.

Tras la penetración, es palpable la innovación y la aparición de nuevos renglones materiales y prácticas tecnológicas, falta conocer y aprender mucho acerca de los individuos, sus personalidades y la clase de familias de donde vienen y como han sido un instrumento en el proceso de innovación.

Estos son factores psicológicos, sociales y culturales. Al apoyo básico y la oportunidad que dan los aspectos de la infraestructura nacional, (como los transportes y la introducción de aparatos eléctricos) ... añadamos el cambio económico-social, que acentúa la importancia de identificar al innovador que primero empieza a hacer algo nuevo; y sigue la difusión de las innovaciones desde quienes las originan hasta abarcar a la comunidad en general. Los grados de innovación y la urgencia de conquistarlos están muy estrechamente ligados a las formas y valores sociales de la gente a la que caracterizan y a la orientación cognoscitiva de los miembros del grupo.

6. EL FENOMENO DE INNOVACION



***La persuasión no es una
orden en el vacío, sino una
compleja red de relaciones.***

J.S. de Antuñano

La consideración de la innovación y los innovadores, es la manifestación indicadora dentro de un proceso evolutivo en la transformación que exigen las necesidades de trabajo-comercio, además de la búsqueda de adaptación personal y la lucha por entrar a situaciones vivenciales exigidas por diferentes procesos migratorios.

Este proceso referido al cambio de cultura y forma de vida podemos detectarlo en diferentes grados y diferentes manifestaciones -del mismo proceso de cambio- casi en todos los pueblos de la Meseta Tarasca; aunque con mayor frecuencia o quizá más determinante en los pueblos que forman cabeceras de municipio, consiguientemente de más afluencia comercial.

En la conciencia del indígena, las necesidades de innovar son sobrepuestas a fuerza de bombardeo de sobre-información, incidencia de situaciones al abandonar su domicilio o establecer un cuasidomicilio en diferentes ciudades a donde emigran los comerciantes de los pueblos tarascos, al regresar, temporal o periódicamente a proveerse de diferentes mercancías.

En estos pequeños, pero constantes períodos, interiormente van rechazando la forma de vida de su lugar por la comodidad que va significando.

Emerge la circunstancia de ubicación; el indígena no dice exactamente el nombre de su pueblo, así, es común que se exprese: "soy de Michoacán", "Voy a Michoacán", etc. manifestando estas expresiones, un principio de

desidentificación. Cuando es preciso decir el nombre de su pueblo, prefieren identificarse con dos grandes ciudades: Morelia o Uruapan, unos cuantos se identifican con Pátzcuaro y solo algunos dicen exactamente el nombre de “SU” Pueblo.

Los innovadores, es decir, los primeros en iniciar sus conductas, nuevos caminos son, en consecuencia, la clave básica para promover el cambio.

En cualquier pueblo como en todas las comunidades indígenas, se puede encontrar gente innovadora. NO se puede decir con precisión cuantos pueden ser, ya que los innovadores no forman una clase perfectamente definida, sin embargo en la medida que se abre la posibilidad de vender más los productos artesanales (blusas, vestidos, maracas, baleros, etc.) se puede ver un auge en el intercomercio; y con esto se manifiesta el hecho de la innovación y adquisición de nuevos comportamientos.

Después de que los innovadores han iniciado un cambio hacia un nuevo modo de ser, cualquier forma como se vea la ventaja, ya sea como progreso económico, prestigio u otra cosa deseada, gran parte de la población lo sigue por lo general, lo que naturalmente depende tanto de los recursos como de la voluntad.

Finalmente hay un grupo que a lo largo de los años, parece haber cambiado muy poco las costumbres y tradiciones, a causa de la forma tradicional de su cultura.

Es obvio que no todos los innovadores vienen de familias innovadoras y que no todos los padres innovadores tienen hijos que lo son.

Un cierto promedio de tarascos parecen aproximarse a la población mestiza en lo que se refiere a la tendencia innovadora. “Algunos de los innovadores más dignos de notarse son indígenas por una parte, con algunos recursos económicos y por la otra, algunos son más pobres por carecer de radio y TV y no saben leer, los cuales parecen estar entre los habitantes menos susceptibles a un cambio de su modo de ser” (22).

En Comachuén, Turícuaro, Arantepacua y Sevina, se ha tomado conciencia del valor y necesidad de su propia cultura y se empiezan a organizar algunas acciones al respecto. A pesar de todo, los medios de comunicación; aunque lentamente, van formando una nueva cultura y por ende modificando la visión e idea de nuestras tradiciones ancestrales.

NB. Las radiodifusoras del INI (11) trabajan intensamente en pro de las culturas indígenas, en Cherán, Mich.

7. LOS PROBLEMAS CULTURALES DE LA MESETA TARASCA



***Y llegaron apocalípticas
como vaho de animales
en el poder***

Jaime Sabines

Conflictos fundamentales, que me parece existen en esta región:

1. Dependencia económica y política.
2. El conflicto de las culturas.
3. El problema poblacional; diferenciación de personas que han ido mezclándose al medio phurembe.

7.1. LA DEPENDENCIA

Es irreductible, porque hay la tendencia de interpretar todo bajo el problema de la dependencia.

Todo se reduce a la dependencia económico-política, en la línea del conflicto de culturas tiene toda una serie de características, que muchas veces no son reductibles en su dependencia hacia una sola línea, a la vez son fenómenos sumamente relacionados entre sí.

LA DEPENDENCIA es un resultado del desarrollo de las sociedades superindustrializadas, del desarrollo del capitalismo en nuestra patria y del dominio de unas cuantas familias en gradación progresiva; el gran capitalista, el industrial, el acaparador y el distribuidor.

Es decir, en la medida en que se crean nuevas mentalidades, nuevos comportamientos, nuevas estructuras de producción, nuevas técnicas, nuevas conductas y se expanden por diferentes medios chocan **CON LAS SOCIEDADES TRADICIONALMENTE AGRARIAS**; choque que interrumpe el proceso que lleva esa sociedad con su propia estructura, su historia, sus costumbres y su concreto modo de ser.

Por otra parte esta privada de un proceso paralelo al desarrollo industrial y entonces quedan dependientes de los centros de producción de las grandes ciudades y de los grandes capitales, estableciéndose así una

situación de dependencia.

Se pueden observar las siguientes características:

1º. Una agricultura que se encuentra replegada a sí misma o que está vinculada con lazos de dependencia y conflictos con el sector industrial, en parte o casi como razón explicativa padece una consecuencia del aislamiento ancestral -incomunicación y desadecuación- añadiendo que las intervenciones del mestizo y del acaparador siempre fueron de consecuencias nefastas para el indígena y que esta situación repercutió en una desconfianza radical. Ahora y a manera reiterativa los extranjeros y los politiquillos están haciendo que el indígena se vuelva más desconfiado aún.

2º. La economía Purépecha es una economía ficticia por que esta creada por los intereses ajenos a su modo de ser y a sus necesidades, esta situación explica el porqué es muy poco productiva. Es notable observar y comprobar que la mayor parte del tiempo/trabajo es dedicado en relación directa a la producción de artesanías: sarapes, rebozos, guitarras, blusas bordadas, maracas, cofres, trompos, etc. por otra parte, es triste comprobar que a medida que la demanda es más fuerte, la calidad y la originalidad **EN LOS DISEÑOS** es más pobre y menos propio el uso, ya que todo mundo quiere interpretar el “**MEXICAN CURIOS**” a la manera del comprador fuerte, el ‘gringo’. Esta demanda, ofrece la expansión del mercado y la **COMUNICACION** con otros pueblos, Vrg.: con la frontera del país, lo que acarrea una **COMUNICACION DE INNOVACIONES**, en general traducir expresiones nuevas y con significados ambiguos o espúreos.

Una gran parte del tiempo se ocupa en los trabajos del campo que produce solamente una vez al año: del temporal; maíz, poco frijol, trigo y avena.

Por otra parte los pueblos de la Meseta Tarasca son muy poco productivos; consumen mucho y producen poco; dada la falta de plantíos de riego, herramientas y técnicas ancestrales; poco acceso a la tecnificación del campo, aunados a la pobreza generalizada del campesino.

Como la mayoría de la población no tiene capacitación para los trabajos de la industria de las ciudades, podemos considerar una generalidad subempleada o con un empleo disfrazado; cuando tienen que emigrar temporalmente a las grandes ciudades.

Así, tenemos una dependencia que se mantiene a través del comercio, porque cada vez se acentúa más la pérdida del poder de compra. Surge entonces un empobrecimiento más manejable y más manipulado por la fuerza de la publicidad y la oferta desmesurada, en manos de unos cuantos, con ideologías ajenas por completo a la ideosincracia del indígena.

7.2. EL SEGUNDO CONFLICTO FUNDAMENTAL (DE CULTURAS)

Supone todo ese proceso que han vivido nuestros pueblos en el que se van yuxtaponiendo toda una serie de culturas como las prehispánicas, después la colonial, y por sí mismo el choque de la industrialización, que no es solamente un choque económico sino que es también un choque cultural porque la maquinaria, en los productos y en los modelos que nosotros estamos importando del exterior, se importa una cultura: la del automóvil, la del avión, la del cambio de moda cada seis meses, la de las pestañas postizas, la de “tome Coca Cola”, la de “sea feliz con caldo de pollo Knorr Suiza”, “sea feliz fumando Raleigh”, etc.

En ese choque cultural se va dando una serie de alteraciones de alguna manera postizas o ajenas totalmente a las culturas locales.

En nuestras regiones atraídas simultáneamente por las dos tradiciones, pero incapaces de fundirlas en una síntesis a la que toda la población le de un sentido -subsiste aún en el indígena un conflicto entre la cultura original y la civilización ajena-.

Carlos Fuentes habla mucho de esa coexistencia de todos los niveles históricos en las sociedades latinoamericanas. Dice: “México es solamente un signo externo de decisión subconsciente de esta tierra, y de este

pueblo, todo tiempo mexicano llegó a su plenitud, porque la historia de México es una serie de paraísos subvertidos, que como dice también López Velarde, quisiéramos al mismo tiempo regresar y olvidar” (23)

7.3. EL ASPECTO POBLACIONAL

El Indígena de la Meseta Tarasca, ya incrustado en la gran Ciudad ha manifestado la tendencia a formar varios grupos dependiendo de los lugares de origen.

Unos han formado una pequeña comuna, otros han ocupado vecindades completas y otros grupos han formado mayoría en varias colonias proletarias, ocupando lotes contiguos y hasta manzanas completas.

Tres vecindades en la Candelaria de las Flores, Coyoacan, están ocupadas por indígenas de Zinziro, Zacapu, Purépero, Nahuatzen y Sevina.

En las colonias: Agrícola Oriental, Maravillas, Héroes de Padierna, Ajusco (Tlalpan), Hidalgo (Tlalpan), San Nicolás (Contreras) y Santo Domingo (Coyoacan), es frecuente localizar hasta 2 o 3 manzanas habitadas por indígenas de la Meseta Tarasca que han establecido en esas colonias su domicilio o cuasidomicilio, aunque generalmente, la mayoría esta en un constante ir y venir "al Pueblo"

Todos se reconocen entre sí y se identifican como: "Paisas". 1000 indígenas ubicados en la Col. Ajusco en Coyoacan se identifican plenamente entre sí. A partir de la regularización de la tenencia de la tierra (1976-1979), cuando hubo la necesidad de realizar trabajos en equipo a fin de cavar cepas para la instalación de tuberías de agua potable, la comunicación entre vecinos y conocidos fué sorprendente; quienes se identificaron

formaron grupos de trabajo y se ayudaron mutuamente. Sin embargo, entre las agrupaciones no identificadas fué terrible la incomunicación y en muchas ocasiones no hubo ni participación, ni integración, ni colaboración y se mantuvieron con actitudes hostiles, originadas, sobre todo, entre jóvenes casados y solteros, de ambos sexos; quienes habiendo nacido en el pueblo de origen de sus padres han crecido en la Ciudad. Estos jóvenes de 14 a 24 años niegan conocer su pueblo y dicen ignorar hasta el nombre del pueblo.

Como parches mal pegados en la Ciudad de México, sobreinformados y perdiendo su identidad pretenden actuar a la manera de las gentes del medio en que se desenvuelven o realizan actividades por razón de trabajo y pretenden identificarse con ellos.

Podríamos decir que estamos presenciando un doloroso desmembramiento y un choque cultural terrible... cuando el indígena tiene necesidad de emigrar a la ciudad y en esta encuentra un ambiente diferente, donde no entiende nada y nadie lo comprende, esta situación marca el inicio de su despersonificación e inadecuación que lo van orillando a perder su identidad.

Algunos ejemplos concretos nos permitirán formarnos una idea; (cambiaré, solamente, los nombres, conservando la fidelidad de los hechos):

-**Lourdes Camacho**- señora de 24 años de edad, originaria de Paracho, trabaja de secretaria en un bufete jurídico dedicado a la exportación, llegó a México cuando tenía 14 años, reiteradas veces afirmó no conocer Aranza, pueblo continuo a Paracho.

- No conocer las “corundas” (tamales característicos de la región).
- No haber comido “churipo” (guiso típico de la Meseta Tarasca).
- No saber lo que es un “son tarasco”.
- No saber que es una “pirecua” (música tradicional, propia de la Meseta Tarasca).
- No haber visto un “pañate” (vestido típico de las indígenas de la región).

Finalmente, afirmó darle vergüenza que sus amigos se dieran cuenta que era originaria de Paracho sólo por el temor de que la llamaran “india”.

-Eloísa Pahuamba- señorita de 23 años. Llegó a la Ciudad de México cuando tenía 12 años. Regularmente va a Nahuatzen (su lugar de origen) en la Navidad, Semana Santa y a las fiestas patronales (25 de Agosto). Trabaja de sirvienta en una residencia de San Angel, D.F., cuando es necesario informar de su lugar de origen, afirma ser de Zamora, por temor a que la llamen “india”.

-Juan Perjuan- de 34 años de edad, oriundo de San Juan Tumbio, se graduó como maestro de primaria. Es actor de teatro, ha participado en innumerables fotonovelas y películas. En las entrevistas cuando es necesario hacer declaraciones al público, nunca menciona su lugar de origen. El día que se casó -en una de las iglesias más exclusivas (caras) de México, D.F.- contradictoriamente a la tónica de “pomadosas” damas y “estiramiento” pseudosocial de los acompañantes surgió el inconsciente ancestral, intempestivamente afloró el sello tarasco: en un esfuerzo

garrafal, el mariachi intentó la tonada: “Arriba Pichátaro” (abajeco tarasco), a los conocidos más íntimos o más cercanos reitera: “Soy de allá pero no lo digas”. ¿Sabes?, me da pena sólo el pensar que puedan humillarme si me dicen “indio”.

-Juan Ruíz Espinoza- sólo en confianza y “muy privadamente” se identifica, acepta y actúa como indígena puro de Tzin Tzun Tzan. Tiene 26 años, ejecutivo de un canal de T.V. a pesar de todo, como signo de “exclusividad” en sus reuniones sociales se sirven corundas, churipo y botana de charales de Pátzcuaro, (todos estos productos son típicos de la Meseta Tarasca). Siente ofensivo, que el público lo identifique como indígena de los pueblos de la Laguna.

7.3.1. COMPORTAMIENTO DEL GRUPO EN LA GRAN CIUDAD

Las fiestas de los pueblos de la Meseta Tarasca, trasladadas al Distrito Federal toman características muy especiales, dentro de un proceso evolutivo grupal, y con algunas variantes muy particulares en la significación respecto de la simbología original solamente haré mención de algunos ejemplos.

Cada año, en el mes de enero se forma una comisión que visita casa por casa, a todas aquellas familias que de una y otra forma están involucradas con los habitantes originarios de la Meseta Tarasca. Se les pide una cuota determinada según sean las posibilidades económicas de la familia, para traer el 2 de febrero día en que se celebra la fiesta de la Candelaria de las Flores en Coyoacán, D.F., a la banda de música “de Viento” de Ichán, Zirahuén, Nahuatzen o de Tingambato. Los músicos llegan desde la víspera y en un entarimado construido para el caso en el atrio de la Iglesia, ahí se reúnen casi todos “los paisas”; al son de la música empiezan, primero a beber “charanda” (bebida hecha de caña de azúcar en Uruapan, Mich.) consumiéndolo en cantidades industriales, mientras los músicos siguen tocando música tarasca.

En un intento por trasladar la costumbre original, los músicos van tocando por la calle principal seguidos por un grupo numeroso de “paisas” hasta llegar a la casa del “Carguero”. En el lugar de origen es costumbre pedir

ser el “Carguero”, esto es: aquel que organiza, financia y es el centro de las obligaciones para celebrar religiosa y dignamente las festividades patronales. Una vez que llegan a la casa del “carguero”, ahí cenar y duermen. Muy temprano vuelven a tocar en el atrio de la Iglesia.

Cuando llega la noche y se van a quemar los castillos, (el vino ya se les ha terminado), continúan tomando pulque (en toda la región purépecha, no se toma pulque y cuando se llega a tomar se adereza con fruta picada y la finalidad no es emborracharse sino solo refrescarse). Borrachos, los músicos y casi todos “Los paisas” bailan desordenadamente en el atrio de la Iglesia: parece un esfuerzo desesperado por no perder la costumbre del pueblo; donde el baile es ceremonioso, simbólico y ordenado.

7.3.2. LAS COSTUMBRES DEL INDIGENA SON EL NEXO MAS FUERTE CON SU LUGAR DE ORIGEN

La celebración del bautizo de un niño, entre los indígenas trae consigo el quemar cohetes, tocar sones, pirecuas y abajeños en la casa del padrino y en la casa de los padres de la criatura, se hacen “nacatamales” y atole negro de cacao. Acá, en la Ciudad intentan realizar esta costumbre casi igual o con las mismas características y supliendo a los “nacatamales” con pastel y atole de Cacao con chocolate. Y la reunión con los más allegados o íntimos hasta donde los medios lo permiten.

Solamente, tratándose de la celebración del matrimonio, un gran porcentaje de tarascos emigrados a la Ciudad aún prefieren ir a casarse a “Su” Pueblo, lo que les permite realizar los festejos con mayor **LIBERTAD**; propiciando y conservando así, una comunicación más apegada a “Su” modo de ser y más propia de esta celebración.

Frente a este esbozo general del comportamiento en transición del tarasco podemos comprobar una crisis de identidad regional que en muchos casos tiene las mismas características con el comportamiento de los oriundos de otras regiones. Esto tiene muchas consecuencias estructurales; por un

lado hemos heredado y vivimos todavía con una especie de identidad agraria cíclica, ritual y lo estamos viviendo en las ciudades; el que trabaja una semana y ya ganó para comer esa semana, decimos de él: “qué flojo”, pero es que proviene de una cultura de subsistencia cíclica, y al mismo tiempo convive con los valores de una cultura industrial en la que lo que importa es acumular y acumular, aunque sea sin sentido. Es un crecimiento lineal constante en una permanente confrontación de situaciones, conductas y necesidades pero que nos permiten evidenciar este choque doloroso de culturas.

8. DEBILITAMIENTO Y MODIFICACION TRANSCULTURAL



***Al mismo tiempo que se
multiplica la posibilidad
técnica de la Comunicación,
se reduce progresivamente
la comunicación misma.***

Gustavo Esteva

En este cambio, nos parece importante considerar algunos aspectos donde es manifiesto y puede explicarse el cambio de innovaciones.

El embate contra la estructura familiar no es un fenómeno espontáneo ni casual, ya que la situación de inmoralidad, decadencia de valores, violencia contra la vida y otras actitudes que hasta hace poco hubieran repugnado incluso a mentalidades muy “avanzadas”, son el resultado de un gradual proceso degenerativo que de no ser detenido, llevará por relación de causa a efecto, a la destrucción de la sociedad purépecha por la disolución de la cultura y que en la Meseta Tarasca tiene características “sui generis”.

Es fácil comprobar la innovación comunicativa en la sistemática sensualización, como una operación de un cambio tan radical de actitudes y valores. De aquí la grosera proliferación de todo tipo de pornografía, entre las que se incluye una avalancha de revistas y películas descaradamente incitantes a la violencia sexual, las violaciones, el homosexualismo y todo género de delitos del mismo orden sexual, que inyectan a toda la sociedad sin distinción de categorizaciones del potencial perceptor para desmembrar los niveles de información y así, desaparece el hecho: niñez, juventud o ancianidad; por lo menos, en lo que a relaciones de **INFORMACION** homogeneizada, se refiere.

Los MASS MEDIA como instrumento para el debilitamiento estructural de los países y botín para el mejor manejo, como objeto propicio para imponer la ley que necesite el país y sociedad ordenadora.

La coartada barata abre la puerta a un nuevo mundo de liberaciones femeninas, amor libre, matrimonios colectivos, matrimonios a prueba, control natal, aborto legal y hasta matrimonio homosexual. Resulta eficaz el manejo, en este orden, de los **MASS MEDIA** para desintegrar a la familia tradicional en la región purépecha.

Paralelamente ya podemos vislumbrar la ruta hacia una nueva conducta referida a la moralidad.

Un nuevo enfoque de la familia, de las costumbres, de la integridad personal, de la ética; en resumen una nueva moral es la que espera a las generaciones por venir. Será una moral resultante del desarrollo, que obligará a un rompimiento con los cánones establecidos, para encontrar un modo de vida diferente, más acorde con la realidad que nos toque vivir.

8.1. LA INNOVACION EN LA T.V.

"¡Golpea hasta hacer sangre!. No te apiades de nadie. No tengas contemplaciones. Si te piden clemencia: ¡Golpea!. Si chocan contigo en la calle y te preguntan qué hora es, acúsales de alterar el orden público o de alguna otra cosa. Si se atreven a estornudar en el metro, ¡Desencájales la mandíbula!. Hazles polvo y diles al despedirte: "ASI HABLA KOJAK..." (24)

Es se signo icónico de super héroe de justicia -a la neoyorquina- inyecta a la gran masa ansiosa de aventuras y sensaciones fuertes por uno de nuestros canales televisivos, es elocuente; el héroe de esta emisión es el teniente de la policía Theo Kojak, que no sabe lo que son las dudas o los remordimientos de conciencia, quien nunca yerra el tiro y es el terror de cuantos se atraviesan en su camino. Es el ídolo en turno de la "cultura de masas" norteamericana, un nuevo "Superman", llegado en reemplazo de James Bond, que ya no reunía las condiciones probables de realismo, probabilidad y emotividad.

Millones de personas en occidente se ven **OBLIGADAS** a ser constantes consumidoras de una producción de la más baja estafa: filmes, frívolos bestsellers policíacos, esquemáticos comics, shows televisivos; superficialísimos por su contenido, banales por su estilo y lenguaje, primitivistas por los sentimientos y las emociones, fabricados según los asentados standares comerciales. Hasta las más relevantes obras de la "**CULTURA DE MASAS**" que provocan sensación de "boom comercial"

no pueden pasarse sin explotar insistentemente las mismas tramas, girar en torno a situaciones estereotipadas, amontonar escenas de violencia y erotismo... Parchis, Chamos, etc. desgajamientos antropológicos..

8.2. INNOVACIONES: “CULTURA DE MASAS”, EL CINE

En el cine y su producción de moda podemos observar con toda claridad tres enfoques de realización masiva:

Películas de vaqueros,
Películas pornográficas, y
Películas de horror.

Estas últimas se promueven ahora en primer plano, desplazando a las pornográficas, que ya han hartado. El éxito comercial de las películas que muestran distinto género de cataclismos, desgracias, catástrofes y pesadillas explican que se debe a ciertas peculiaridades del ansia de emociones insólitas del hombre moderno.

A todo lo largo y ancho de los países latinos no vemos en las marquesinas de los cines más que: Halloween I y II, relación perversa, engendros macabros, deseos, un día después, etc.

“Exorcista”.

Historia de la truculencia de satanás; serie de patológicas escenas de horror.

“King Kong”.

Gorila; terror de Nueva York a causa de un incompartido amor a una mujer.

"La casa de las brujas", "Rambo", "5 Nacos asaltan Las Vegas", "Lola la trailera", "Teen Age Mutant Turtles", "Vanilla Ice", etc.

El contenido de las superproducciones de la "cultura de masas" está presentado con habilidad, con todo profesionalismo. En este género de películas toman parte actores de primerísima línea y los monstruos mecánicos son una especie de obras de arte por su función y su técnica: superficializar, materializar, maquinizar y enajenar, y su impresionante fuerza trabaja solo en una dirección: **APLASTAR LO HUMANO DEL HOMBRE.**

La cultura de masas, "educa" perseverantemente a su consumidor.

Al espectador y al lector se les inculcan estereotipos estéticos, aunque más correcto sería: antiestéticos, que conducen inevitablemente a la deformación, a tergiversar las nociones acerca de lo hermoso e ideal, a corromper los gustos y a pervertir en lo moral.

Los **MASS MEDIA** como negocio, son un gigante. Se ha creado toda una industria de distracciones, la cual conceptúa a la revista, al "best seller", al filme y la puesta en escena televisiva solo desde el punto de vista: mercantil.

El criterio principal en la evaluación de esta mercancía es su valor comercial, su capacidad para reportar beneficio económico solamente. Esta peculiaridad de la cultura contemporánea denota que "...el

capitalista.....está dispuesto a distraer, si eso le reporta ingresos; eso lo hace con el mismo celo con que vende, cualquier mercancía, que envenena con alcohol a las masas” (25).

Lo fundamental para los supercapitales es no ilustrar adecuada ni debidamente a las masas ya que; habiendo un pueblo instruido pensante, activo, en lo social y en lo político; rico espiritualmente e independiente en el juicio; sería imposible mantener los viejos usos y las viejas relaciones sociales. Por eso los jerarcas del maquinismo y omnipotencia supercapitalista hacen cuanto está a su alcance para someter al individuo y para subordinar a la multitud. La sociedad de hombre apolítico, pasivo que acepte incondicionalmente todas las reglas del juego.

Detrás de todo esto se capta un proceso verdaderamente trágico de **DESCOMPOSICION SIGNICA, DE DEVALUACION DE LA PERSONALIDAD EN LA SOCIEDAD DE “PROSPERIDAD GENERAL”**.

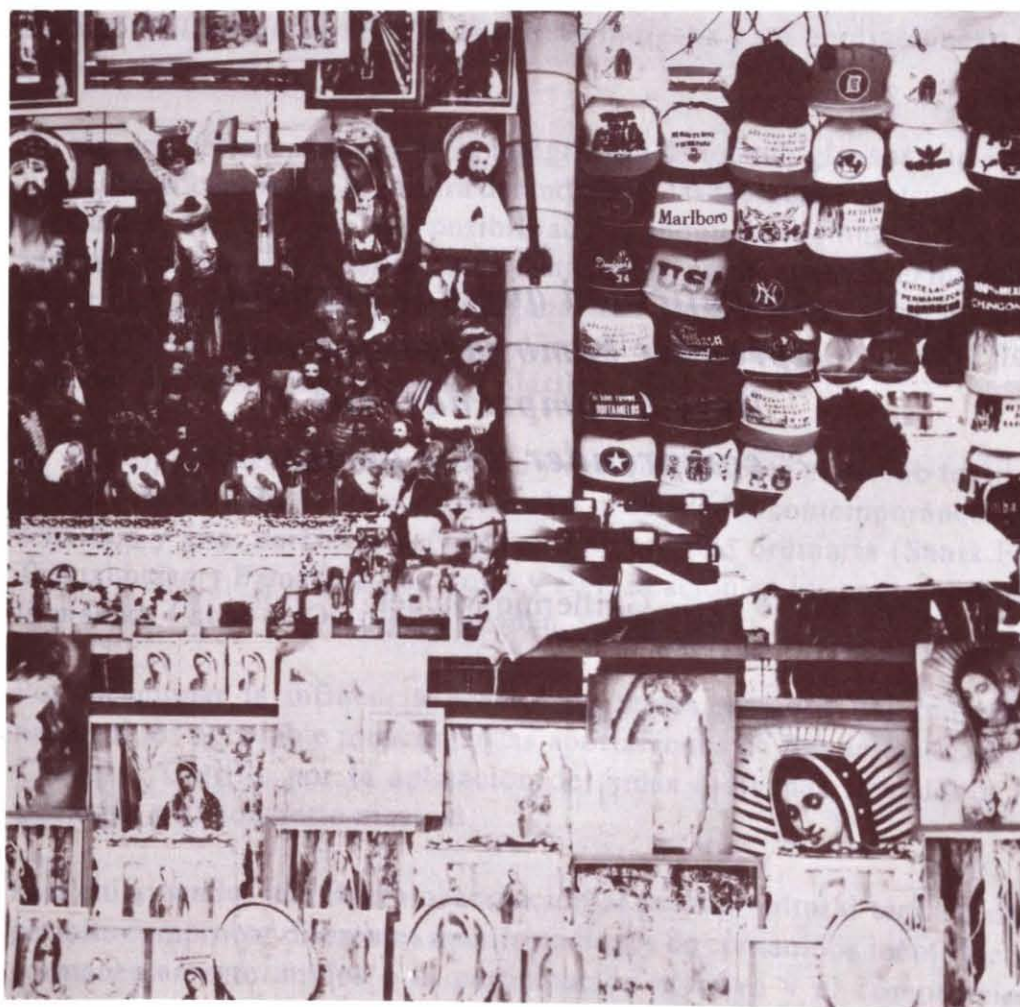
A las diversificadas producciones de entretenimiento con frecuencia se les denomina “cultura del espectáculo de evasión”. Su tarea inmediata, del momento, consiste probablemente, en abstraer de la realidad consumista -colmada de graves contradicciones "aparentemente" insolubles- a millones de personas.

El ilusorio mundo creado por la “cultura de masas” - mundo de la riqueza, de los exitos y de las diversiones amorosas-; es para el perceptor una especie de refugio contra las dificultades de la vida real; contra el desempleo creciente, contra los precios en aumento desorbitado; contra las deudas... etc.

Después de leer un best seller o de ver un filme sobre una “vida bella”, con su invariable final feliz, el hombre debe culparse a sí mismo de sus propios infortunios, y no culpar de eso al orden social; pues en la pantalla, en una situación idéntica, todo termina felizmente ... así es como la “cultura de masas”, marginando de la esfera de la vida real al individuo, embota el instinto social de este.

Por fortuna, en el mundo del capital, el arte comercial está enfrentando la humanitaria cultura progresista, la cual pese a las condiciones extremadamente desfavorables para ella, se abre con perseverante camino hacia el pueblo, donde encuentra su razón y verdadera explicación de su operación. (Cfr. 150 conciertos de Librado Avilés V. a comunidades indígenas; innumerables audiciones de Amparito Ochoa; exposiciones plásticas, conferencias y movimientos socioculturales en más de 1000 colonias proletarias del país, amén de todos los nacientes centros populares generados en el pueblo y para el pueblo); así como los movimientos auspiciados por CONACULTA.

9. LA CULTURA DEL PUEBLO



***Autenticidad que nos permita
aprender como tarea que nos
lleve a comprendernos y
comprender a los demás***

Guillermo Michel

La posibilidad integrativa de la cultura indígena y sus aportaciones a la cultura universal.

Si, por una parte, es innegable la integración de tecnología, sus variadas y ricas implicaciones a la cultura del indígena, las técnicas e instrumentos musicales, etc. etc. que han posibilitado la inquietud comunicativa del indígena en todos sus ordenes y manifestaciones; paralelamente, el ingenio, capacidad y creatividad del indígena han superado las limitaciones regionalistas. Han traspasado los límites nacionales y utilizando los avances del clasicismo musical y plástico (26).

Es muy significativo el ofrecimiento y enriquecimiento al diseño textil y plástico dando soluciones concretas a las necesidades contemporáneas de sencillez y arte: cerámica decorativa y de utilidad ordinaria (Santa Fé, Tzintzuntzan y Pamatácuaro), color y significación en los contenidos de la plástica (lacas de Quiroga, Uruapan, y Pátzcuaro).

Por mencionar la influencia general de temas surgidos del indígena nacional, es agradable mencionar las aportaciones de Revueltas, Carlos Chávez y Carrillo por la aplicación de temas indígenas llevados a la sinfónica y al concierto musical.

Particularizando, una ligera observación al mundo cultural tarasco nos permite comprobar diferentes manifestaciones de contenidos ideológicos permanentemente unidos a la participación efectiva y al compromiso

integrativo social y político. Así, comprobamos que históricamente, el indígena tarasco ha mantenido una dialéctica permanente de sus valores de integridad e identidad -aún lingüísticamente- llevada a una praxis mística y simbólica Vgr.; su historia ligada constantemente a su lucha de autonomía e independencia con su situación geográfico-costumbrista, la conservación de su idioma, la permanente significación simbólica y mística de sus costumbres reflejadas en sus manifestaciones musicales, danzas rituales y diseño ornamental.

Muy a pesar de guerras de diferentes ordenes, y muy a pesar del sobrebombardio de los Medios de Comunicación, el indio de la meseta tarasca parece tomar conciencia del valor de su idiosincrasia y en un esfuerzo desesperado retoma los elementos de identidad.

Las manifestaciones de la conciencia autoliberadora no han permanecido estáticas sino que se han enriquecido progresivamente, ofrece perspectivas de universalidad en sus contenidos y formas; desde la fase poética del Dramaturgo Wuilebaldo López, la guitarra solitaria al conjunto de cuerdas, o la banda de instrumentos de aire en una audición especializada y en vivo de Radio Educación. Desde la mística orquesta y organo de Librado Avilés, donde la pirecua, el son o el abajeño toman la voz del indio para aumentar el caudal del repertorio universal.

Las implicaciones y consecuencias del mundo del indígena, inmerso en la marginación económica, sujeto de conquista del consumismo proliferante, no limitan las posibilidades de humanizarse dentro del contexto envolvente de maquinismo y deshumanización.

El indígena requiere de un proceso adecuado para integrar permanente y

conscientemente una comunicación cada vez más racional donde él no sea un “mero ente, sujeto de investigación curiosa e intrascendente”, sino como un agente de movilización e identificación; como inicio de un proceso que responda a las íntimas verdaderas necesidades, aspiraciones e identidad consecuente.

Para la conservación de sus valores, de las manifestaciones que surjan de las necesidades específicas del indígena tarasco, para encontrar su *v i a b i l i d a d* más proporcionada dentro de los diferentes ordenes de manipulación de los medios de comunicación; se hace necesaria **UNA METODOLOGIA PEDAGOGICA** en la formación y el equilibrio ambiental, que favorezca su identidad socio-cultural.

Es necesario encontrar las soluciones al desarrollo contemporáneo de la cultura del indígena con **SU ACERVO** de conocimientos aún vivos y reconquistados a lo largo de su historia. Desde esta perspectiva hay que entender la necesidad de permitir el acceso del indígena a un conjunto de proposiciones de las culturas, de tal manera que le permitan enriquecer la visión del universo contemporáneo, sus opciones y mejores posibilidades.

El descubrimiento de nuevas posibilidades al alcance de todos y cada uno, revitalizará constantemente el bagaje universal, no al servicio de unos cuantos sino que sea la apertura de múltiples caminos, cuestionando el mundo inmediato que nos rodea y dando vida e importancia a cada momento de nuestro “yo” cotidiano.

Es preciso dar vida y voz a cada uno para lograr que el conjunto manifieste por su praxis social la construcción y consolidación de su autenticidad social e histórica, a fín de lograr una comunicación e integración activa

de su cultura que luche permanentemente por resolver su personalidad en toda la dimensión: con plena conciencia, para participar y modelar su propio cambio al actual vivir histórico. ¿Para qué preocuparnos tanto por el presente y por planear, si no hay esperanzas para un mejor futuro?

Los hombres tenemos estructuras cerebrales -ligadas íntimamente al instinto de conservación- especialmente diseñadas para planear el futuro. Esas estructuras, revelan y nos angustian si no podemos utilizarlas con un resultado positivo y tangible.

El indígena marginado, está ligado estrechamente a su “tierra” y sus costumbres con una idiosincrasia arraigada.

El indígena no puede desprenderse de su cultura; así en cualquier sitio donde se arraigue, repetirá su “modo de ser” buscando adecuar los recursos de su entorno para revivir su manera de “ser” aún que con ello tenga que modificar los medios; ... en la medida de la influencia de nuevas informaciones tendrá que innovar, modificar y adecuar las formas de su cultura; es consciente del enfrentamiento y choque de culturas y muestra una especial preocupación por encontrar soluciones inmediatas para fortalecer su cultura, porque conoce el valor de sus tradiciones y con ellas puede crear, trabajar y producir.

Desde la perspectiva de esta llamada cultura de masas, el indígena marginado, sólo sufre su realidad al ser bombardeado inmisericordemente, por esta agresión múltiple, aunada al abandono educacional, manipulación política y religiosa; y la opresión socioeconómica esta casi totalmente indefensa, sin posibilidad mínima de ofrecer respuestas a su realidad cotidiana.

Este abandono secular y la desproporción de sobreinformación aceleran el

deterioro socio cultural.

Las instituciones indigenistas y educativas retoman la investigación del indígena desde atrás de un escritorio de un pomadoso edificio...

Y el indígena citadino 'sufre la ciudad' por la incongruencia de "su cultura".

9.1. EDUCACION Y CAMBIO

La educación es uno de los campos en donde mayores transformaciones se han suscitado y en donde más experiencias se han llevado a cabo con el propósito de mejorar la forma de transmitir los conocimientos que exige nuestro tiempo.

La educación está llamada a constituirse en el fundamento más sólido de lo que se llama “era tecnológica”. En contraposición, es desolador el cuadro que ofrece ante este panorama el mundo abandonado del indígena y todas sus terribles limitaciones y la incuria en lo que a método se refiere para ofrecer sistemas de integración de culturas.

Si consideramos que la enseñanza constituye un fenómeno de comunicación sujeto a la variante y sus consecuencias referidos a metodos, sistemas, concepciones y resultados; comprobamos la diversidad de implicaciones que son un reto para lograr que estos metodos sean eficaces con resultados inmediatos y globales. Así, la tecnología estaría al alcance de servicios positivos para el indígena. Una muestra: la tele-escuela, que podría adecuar a la mentalidad regional del indígena, sin distorsionar el programa educativo, ni la cultura del indígena purépecha o de los otros indígenas de las tantas regiones del país, desperdigadas en las grandes urbes.

Podemos entender como tele-educación, un tipo de enseñanza a distancia, con el recurso de monitores de T.V. que rompe el tradicional esquema de profesor-alumno físicamente presentes en un aula. Encuentro esta

consideración, como una respuesta a los presupuestos para la educación del indígena, que no existen o son raquíticos, y el poco presupuesto disperso entre políticos y politiqueros que por nombramiento “de arriba”, sin tener contacto con la realidad, solo la mencionan ignorando las estructuras reales del indígena y sus necesidades concretas.

El indígena, por naturaleza capta el sentido de integración e identidad, el hecho de enseñanza comunal simplificaría la complejidad de instalaciones y personal.

Se trata de un “sistema educativo, que combina la educación a distancia con elementos de comunicación interpersonal” (27).

Proporcionar conocimientos a través de una información lo más fácil y concretamente posible a través de los medios de comunicación, es complementado con elementos que hagan factible el diálogo; recepción de programas, teleauxiliares, monitores y prácticas vinculadas a los programas oficiales educativos, etc.

El indígena es muy susceptible para captar fácilmente el nexo de unión ideológica en ésta búsqueda de efectividad, que no implica desmerecimiento de una acción integradora, para alcanzar el ritmo de desarrollo actual, es legítimo adecuar a la tele-educación como un sistema de enseñanza que pueda modificar los factores de la estructura educativa. Aún queda el testimonio vivo del trabajo de “Las Misiones Culturales”: 1942-1952. Pueblo/Escuela, Desarrollo Individuo/Sociedad.

Los papeles de los elementos participantes y la metodología del trabajo conjunto: sistema-indígena, así como la tradicional estructura escolar, se

vería modificada al desaparecer el aula como único marco de la relación: profesor-alumno.

El indígena está inmerso en un mundo abierto al espacio y al tiempo; el mensaje pedagógico llegaría como un amplio medio de comunicación colectiva, ya sea estableciendo un triángulo dentro del aula, cuyos vértices serían:

- 1. Estudiante**
- 2. Realidad**
- 3. Sistema Educativo**
- 4. Profesor**
- 5. Radio/Televisión**

La relación del profesor, del aula con el teleprofesor responde ampliamente a la técnica de dinámica de grupos y trabajo en equipo; con los estudiantes y su realidad.

Si por una parte el profesor deja de ser fuente de información fundamental y asume el papel de orientador del aprendizaje, también al alumno se le estimula el desarrollo de formas de autoinstrucción como complemento.

Se emiten contenidos propios de su cultura y con elementos de su cotidianidad respecto a la metodología usual de la enseñanza se vería modificada; cuando el mensaje alternativo adquiere nuevas características propias del lenguaje televisivo, con un margen relevante de enriquecimiento sonoro y audiovisual, esta aportación sería una justa compensación al papel consumista y enajenante de la penetración y sobreinformación de la

televisión comercial.

Este sistema revalorador de la tele-educación ampliaría constantemente sus áreas de influencia y resultaría un instrumento útil para la educación escolar y como un vehículo mediador de las expresiones culturales en general.

La función de la tele-educación sería: supletoria, auxiliar, complementaria y de extensión cultural.

Supletoria, mediante una didáctica y organización especiales y en un esfuerzo inter-relacionado, educación-comunidad; Indígena-Televisión y Estado, se llenaría el hueco ancestral de incuria por parte de los organismos dedicados al respecto y dotar de herramienta más adecuada al indígena frente al universo que se desmembra ante los requerimientos tecnocráticos y mecanizados de especializaciones.

La tele-educación como auxiliar, sería el complemento de las clases regulares y funcionaría en la integración del profesor del aula y el teleprofesor en estrecha coordinación.

Este método sería muy útil para la introducción de nuevos métodos ya que no solo transmitiría información a los alumnos, sino que el maestro podría ver en acción el desarrollo de un sistema expositivo innovador.

La tele-educación complementaria se propondría ampliar y complementar el proceso de aprendizaje cuyo objetivo podría ser el de ofrecer enfoques no previstos en los programas de estudios; particularmente en el indígena que está inclinado a un constante inquirir, cuestionar y tratar de conocer.

La tele-educación de extensión cultural tendría multiplicidad de aplicaciones dado que es sumamente flexible en la presentación y desarrollo de los temas; no requerirá de una recepción organizada ya que su objetivo es la permanente elevación del nivel cultural de los tele-espectadores.

El ofrecimiento de método y recursos de la tecnología ante el mundo del indígena para revalidarse ante la injusta penetración desigual de los medios de comunicación masiva, ubicaría la síntesis histórica de avances para humanizar a todo posible perceptor considerandolo como ser racional y no mero objeto susceptible de oferta y consumo. Los objetivos podrían ser acordes al centro propuesto para los fines de la tele-educación, además de los programas ya establecidos para las diferentes áreas de programas oficiales; Vgr:

- 1. Reforzar la enseñanza sistemática.**
- 2. Aportar la producción y transmisión de programas así como fomentar su extensión al conjunto de la estructura educativa.**
- 3. Difundir programas de interés social general, destacándose los temas referidos a la educación.**
- 4. Contribuir a una mejor orientación vocacional.**
- 5. Aportar metodos para la actualización metodológica y conceptual de los planteles docentes.**
- 6. Difundir los valores culturales de cada región para reforzar la propia identidad.**
- 7. Ofrecer la información necesaria referida a cada región y su vinculación con el resto del país para contextualizar la vida regional.**

La implementación de esta oferta como opción factible con la tele-

educación es una de las vías a realizarse que permiten al indígena descubrirse y conquistarse reflexivamente como sujeto de su propio destino histórico en el contexto actual de nuestra historia tecnificada (28).

NB - La XEPUR, estación radiodifusora del INI, en Cherán, Mich., ofrece una muestra de este concepto de función socializadora de medios masivos de comunicación.

Se pretende incrementar las formas de comunicación; fáciles, adecuadas y proporcionales a la idiosincrasia del indígena: en la familia, en la escuela, y en el ambiente familiar, en las diferentes regiones con población indígena.

Deslindar los elementos permanentes en la estructura del indígena como: su forma de vivienda, su forma costumbrista, folklorismo, su forma regionalista (intercomunicación, grupal y regional, su creatividad artística; expresión plástica, musical y artesanal).

El misticismo y simbolismos en su totalidad e integridad (originalidad) serán baluartes para la correcta adecuación de las innovaciones que acompañan al desarrollo integral del individuo en nuestro tiempo; mejorando la vivienda, el vestido y la alimentación, en fin, su calidad de vida.

La educación: como adquisición de hábitos (enriquecida con una información liberadora; concreta y específica), formarán una herramienta para el análisis y conciencia crítica. Esto es: "construir un ambiente que propicie el crecimiento y la maduración" de una auténtica personalidad con genuina identidad.

“Construir un ambiente -educación permanente y continúa- de aprendizaje, supone la colaboración de todos aquellos que intervienen en el proceso: padres, maestros, estudiantes, políticos, empresarios y banqueros influyentes. Pues lo que nos educa o deseduca, es el medio ambiente concreto” (29).

Las opciones del indígena, donde se encuentre, tendrán apoyo en la medida que cada uno mejore su interés social para encontrar así todos el equilibrio entre el mundo indígena y la sobre información que llega al indígena. La acción conjunta y la fuerza de un ambiente educacional adecuado y proporcionado serán parte integrativa y de justicia social que darán origen a un método que permita asimilar la tarea actual del compromiso de todos y cada uno, para fundamentar los valores nacionales y regionales de identidad socio cultural.

9.2. PENETRACION Y ACULTURIZACION

Intencionalmente omitimos las acciones, aculturizantes de los centros de Cherán y San Jerónimo que, amén condicionantes funcionan como gérmenes de otras linduras como verdaderas embajadas de otros países.

10. CONCLUSIONES



Debemos hablar de alternativas en proceso continuo para dar un sentido constructivo, educador y baluarte de las funciones tecnocráticas y humanistas de **LOS MASS MEDIA**.

Así: dinero-empresa privada-estado-pueblo-grandes masas, serían a través de los **MASS MEDIA**, traductores y productores de cultura, continuadores de los elementos histórico-costumbristas e instrumentos de promoción debida para el mejoramiento integral del hombre, en cuanto perceptor, susceptible de superación sin contraponer las funciones referidas a bienes y servicios propios de los medios en sus diferentes acepciones y modalidades. Tomando al pueblo como partícipe de cambio e integrar a grandes sectores marginados... **LOS MASS MEDIA** serían un apoyo a la ideología para no truncar la mente de la mayor parte del pueblo a través de la publicidad.

LOS MASS MEDIA no serían, así, meros distractores ni funcionarían como arma e industria, sino ofrecerían planteamientos de una cultura acorde a las necesidades contemporáneas y promoverían la reflexión y estructuración para una historia más equilibrada y humana.

Buscando el interés educativo y cultural, **LOS MASS MEDIA** pueden jugar un papel importante contemporáneo como medios ágiles de información ya que tienen la posibilidad organizativa de instrumentar las capacidades intrínsecas de los manejadores de esta herramienta polivalente.

Detectando los síntomas y necesidades se puede organizar al pueblo mediante la coherencia de un juicio universalizador hacia el mejoramiento del perceptor. Generando y planteando las relaciones de la gran masa y encontrar una programación más racional, auténtica, adecuada y fundamentada; seleccionando los contenidos, evitando así, el consumismo generalizado en favor de los bolsillos de las superestructuras publicitarias y mercadotecnistas.

La interdependencia solo puede darse en un contexto de soberanía del individuo cuando mantiene su jerarquía sobre sus instrumentos -físico e institucionales-.

Esta soberanía y esa jerarquía no pueden ser dádiva jurídica, ni graciosa concesión política porque presupone la existencia de sociedades con élites incorruptibles, lo cual constituye una utopía.

Ha de ser una jerarquía de factor y por ello no puede ser heteronomamente otorgada sino autónomamente obtenida.

Las sociedades industriales habrán encontrado los mecanismos para identificar los **UMBRALES MAS ALLA DE LOS CUALES SE DETERIORA LA CONVIVENCIA.**

Ello no será ni a base de voltear la espalda a la tecnología, ni a base de tecnificar a toda la sociedad, ambas posturas constituyen puertas falsas.

La interdependencia de las sociedades convivenciales habrá de surgir como resultado de una pluralización de la producción de bienes y servicios, de una desconcentración tecnológica, de una verdadera diáspora social y cultural.

NO SERAN SOCIEDADES OBSESIONADAS EN COMBATIR UNAS CON OTRAS; GUERRA que, como todas las guerras, enriquece a los fabricantes de armamento y desgasta a las sociedades liberadas; sino apasionadas en mantener la convivencia, para construir propuestas de conocimiento socialmente productivo y mejores niveles de vida en sus diversos ordenes.

Serán sociedades concientes de que la producción y la eficiencia a costa de la sumisión y la esterilidad espiritual constituyen paraísos ficticios y que la única verdadera fuerza de un conglomerado humano está en la dignidad, seguridad de sí mismos y apasionamiento de todos y cada uno de sus miembros para transformar su medio, transformándose cada uno en permanentes procesos creativos.

Los medios Masivos de Comunicación deben usarse para promover los cambios estructurales de un gran futuro, sentar las bases para una tecnología más adecuada y más efectiva e incrementar los métodos y análisis de los procesos estructurales y valederos en el proceso educativo. Así podremos educar, con reales posibilidades de progreso y desarrollo integral, para lograr una personalidad socio-cultural más real.

Podremos -con el auxilio de **LOS MASS MEDIA**- realizar análisis de la influencia grupal en el proceso educativo.

Haremos expeditos los programas para actualizar y agilizar la educación contemporánea para que nuestras sociedades indígenas y marginadas, puedan apuntar con su actividad a una colaboración real a los procesos de trabajo y así mejorar nuestra educación aportando los recursos de nuestro tiempo desde una identidad cultural más razonada y auténtica.

BIBLIOGRAFIA

1. AVILES, V. LIBRADO- "ANTROPOLOGIA DEL INDIGENA TARASCO", Mimeo URUAPAN MICH., MEXICO, 1978.

- BARTRA ROGER- LA JORNADA DOMINICAL, NUEVA EPOCA, NO. 77, 2 DE DICIEMBRE DE 1990, P.18
2. PARRA, NICANOR- DIARIO- LA JORNADA, "FILOSOFIA DEL LUCRO", MARTES 3 DE SEPTIEMBRE, 1991, PP.31.
3. ARNAIS, F. ARTURO - "DIORAMA DE LA CULTURA", EXCELSIOR, MEXICO, 14 DE SEPTIEMBRE, 1980, PP. 11- 18
4. BREMER, JUAN JOSE- DIARIO- UNO MAS UNO, 14 DE NOV., 1981, PP.13- 14
5. BLANCO, JOSE JOAQUIN- DIARIO- EXCELSIOR, 3 DE NOV., 1981, PP.16- 22.
6. BENCE MAX V. ELIZABETH- "SEMIOTICA", ANAGRAMA, BARCELONA, ESP. 1975, PP. 153.
7. FAGES, J. B.- "DICCIONARIO DE COMUNICACION", EDIT. 904, BUENOS AIRES, ARGENTINA, 1977, PP.19- 175.

BUENOS AIRES, ARGENTINA, 1977, PP.19- 175.

8. BOECIO, FIL. CA. 470-525 DC.

9. VANDERVELT, J. ODENWALD R.- “PSIQUIATRIA Y CATOLICISMO”,
LUIS DE CARALT EDITOR, BARCELONA, ESP. 1954, PP. 5-19.

10. ALLERS, RUDOLPH- “CHARACTER EDUCATION IN ADOLESCENCE”,
CATELL C. A. “PERSONALITY: A SISTEMATIC, THEORETIC AND
FACTUAL STUDY.

- MURPHY, G.- “PERSONALITY: BIOSOCIAL APPROACH TO
ORIGINS AND STRUCTURES”.

- WOLF, W.- “VALUES AND PERSONALITY”.

- YORK, N.- “GRUNE AND STRATTON”, 1950, PP.19.

11. HUNT, M. C.- “BASES PSICOLOGICAS DE LA EDUCACION”,
TRILLAS, MEXICO, 1970, PP. 482.

12. DICC., ENCICLOPEDICO QUILLET, TOMO 4, DECIMA EDICION,
EDITORIAL CUMBRE, MEXICO, 1970, PP. 19-482.

13. AVILES, V. LIBRADO- CONCIERTO CONFERENCIA 11 DE
NOVIEMBRE, COLEGIO DE SAN NICOLAS, MORELIA,
MICHOACAN, 1976, PP. 20 y 46.

14. GENESIS, CAP. 19 VERSICULOS, 15 A 29 EDITORIAL B.A.C.,
MADRID, ESPAÑA, 1981, 41 AVA. EDICION, PP. 21-22.

15. FAGES, J.B.- "DICCIONARIO DE COMUNICACION", EDIT. 904, BUENOS AIRES, ARGENTINA, 1977, PP. 25-121.
16. BURGELIN, OLIVER- "LA COMUNICACION DE MASA", EDITORIAL PLANETA, Y.A.T.E., BARCELONA, ESPAÑA, 1974, PP. 19-28.
17. MICHEL, GUILLERMO- "ECOLOGIA DE LA ORGANIZACION", (LA DINAMICA DEL AISLAMIENTO), EDIT. TRILLAS, MEXICO, 1978, PP.28,121-133.
18. MICHEL, GUILLERMO- "APRENDE A APRENDER", EDITORIAL TRILLAS, 4TA. EDICION, MEXICO, 1978. PP.30, 45, 46, 64, 81, 103.
19. BADURA, BERHARD- "SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION", EDIT. ARIEL BARCELONA, CARACAS, MEXICO, 1979, PP.104.
20. GOMEZ, SALVADOR- (FUNDADOR DE LA XEUF DE URUAPAN, MICHOACAN), ENTREVISTA, JULIO, 1974.
21. RAMIREZ, GABRIEL- (PATZCUARO, MICH.), ADSCRITO A LA BIBLIOTECA ILCE, JUL., 1975. PP.44.
22. EL HERALDO, DIARIO, FCPS, UNAM, SEC. EDITORIAL, JUEVES 10 DE MARZO, 1977.
23. FOSTER, GEORGE M.- "TZINTZUNTZAN", EDITORIAL F.C.E., 1986. PP. 46-289.

24. FUENTES, CARLOS- (ENTREVISTA PUBLICADA EN EL UNIVERSAL), MEXICO, D.F., AGOSTO, 1976. PP. 50.

25. CAPIZ, V. EFREN- DISCURSO-, “CASO: INDIGENAS AGREDIDOS Y ENCARCELADOS”, 20 DE ABRIL, QUIROGA, MORELIA, 1978, PP. 56.

26. LUNA, CHARKY- “EL PRIMER COMISARIO DEL PUEBLO DE LA INSTRUCCION PUBLICA”, EL MIMEO, LIMA, PERU, 1930. PP.45.

27. AVILES, V. LIBRADO- (OP. CITADA), PP.59.

28. RORANDIAN DE G., ESTELA- “III CURSO LATINOAMERICANO DE PERFECCION PARA PROFESORES DE TELE- EDUCACION”, EDIT. ILCE, LIMA, PERU, 1971, PP.62,75.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

1. ZINKER, JOSEPH- EL PROCESO CREATIVO EN LA TERAPIA GUESTALTICA" (PERMISO PARA CREAR), EDITORIAL PAIDOS, BUENOS AIRES, 1979, PP. 11-24.
2. WARMAN, ARTURO- "LOS CAMPESINOS, HIJOS PREDILECTOS DEL REGIMEN" (EL CONTROL SOCIAL), EDITORIAL NUESTRO TIEMPO, MEXICO, 1983, PP.101-115.
3. VANDERBELD, OBENWLAD- "PSIQUIATRIA Y CATOLICISMO", (PERSONA Y PERSONALIDAD), EDITORA LUIS DE CARALT, BARCELONA, 1954.
4. MICHEL, GUILLERMO- "ECOLOGIA DE LA ORGANIZACION", (EL MEDIO AMBIENTE CULTURAL), EDITORIAL TRILLAS, MEXICO, 1978, PP.259-312.
5. PRIETO, DANIEL- "DISCURSO AUTORITARIO Y COMUNICACION ALTERNATIVA", 2DA. PARTE DISCURSO AUTORITARIO, EDITORIAL EDICOL, MEXICO, 1980, PP. 89-182.
6. PRIETO, DANIEL- "RETORICA Y MANIPULACION MASIVA", (LA REALIDAD COMO PRESENCIA), EDITORIAL EDICOL, MEXICO, 1979, PP.57-64.

Este libro se terminó de imprimir en
Abril de 1992.

La edición estuvo a cargo de
D.G Paloma Ibañez e Ing. Ricardo Aguilar,
sobre papel cultural de 70 grs,
con tipografía Times de 12 en 14 puntos
procesada en computadora Macintosh II si.

La edición consta de 500 ejemplares.

UAM
F1210
C7.9

2893900
Cruzvillegas Villegas, Ro
Identidad y cultura / Rog



2893900

- Ordenar las fechas de vencimiento de manera vertical.
- Cancelar con el sello de "DEVUELTO" la fecha de vencimiento a la entrega del libro

“No se pretende detener el reloj de la historia, de postular que todo tiempo pasado fue mejor, ni de un irracional chovinismo. Se trata de conocer los complejos problemas y peligros de nuestro tiempo y de ofrecerles respuestas adecuadas. No se trata de ver el progreso económico como un fin en sí mismo, no como medio para abandonar lo que somos, sino para realizar lo que somos a partir de lo que hemos sido y de lo que deseamos ser”. (p.11)

“Muchos secretos religiosos quedan ocultos todavía en las grecas y frisos; han desaparecido las formas originales, el color y los símbolos propios de su tiempo; no volverá a levantarse el humo del incienso y se han vuelto opacos los ojos de los ídolos de piedra; pero es evidente que esas piedras mudas, en esas estatuas, el mexicano de hoy encuentra elementos que le sirven para entender mejor su vida anterior”. (p.12)



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA
UNIDAD AZCAPOTZALCO

CyAD
DEPARTAMENTO DE
EVALUACION DEL DISEÑO
EN EL TIEMPO